Manuel de l'identité visuelle F07

Astral Media®

énergie | rock détente | boom fm

PALMARES.ca

Pourquoi des normes graphiques ?

Cher ambassadeur de marque,

Pourquoi les marques d'Astral Media Radio ont-elles besoin de normes graphiques? Parce que comme une personne, Énergie, RockDétente, Boom fm, Pamares.ca et Astral Media ont leur propre identité. Leur logo les smbolise et doit être utilisé d'une seule façon.

Si un bon matin, vous vous regardiez dans le miroir et vous constatiez que…

- Votre visage est allongé
- Votre couleur de cheveux est changée
- Vous avez une nouvelle pigmentation de peau
- Vos yeux sont doublement ridés

Bref, votre apparence a été modifiée. Est-ce que votre famille et vos amis vous reconnaîtraient ? Peut-être que non. C'est exactement la même chose pour l'identité visuelle de nos marques. Respectons-les. Si de façon exceptionnelle vous tenez à proposer une modification, celle-ci relève de la stratégie des marques et nécessite donc mon approbation.

Tout comme en radio on respecte la façon sonore d'utiliser une marque, la même rigueur doit être appliquée visuellement. L'objectif est simple : une utilisation cohérente d'un logo permettra à nos consommateurs, actuels et potentiels, de nous reconnaitre plus facilement.

On bâtit de la notoriété, on récolte des cotes d'écoute et on se positionne stratégiquement pour l'avenir.

Evelyne Ouellet
Directrice générale, communication-marketing
Astral Media Radio

UN RÉSUMÉ SELON CSE :

- **COMMUNIQUER**
  Ce guide de normes est pour vous. Consultez-le et usez-le !
  Communiquez avec moi pour trois raisons :
  1) toute question concernant ce guide
  2) une proposition d'utilisation non-conforme d'un logo
  3) obtenir l'approbation pour la production d'un article promotionnel ou d'un produit dérivé de nos marques
- **SIMPLIFIER**
  Nous devons utiliser chaque logo d'une seule façon, sans le modifier.
- **EXÉCUTER**
  C'est notre responsabilité à chacun de respecter les marques d'Astral Media Radio et leur représentation visuelle.

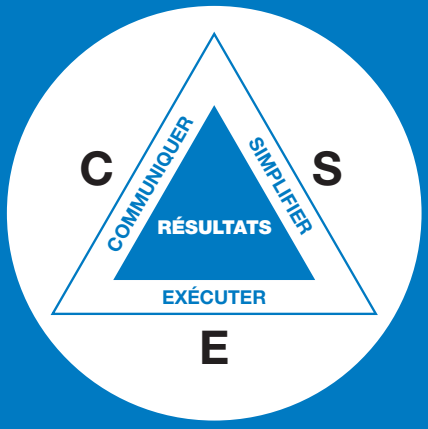


Table des matières

- POURQUOI DES NORMES GRAPHIQUES ? 1
- TABLE DES MATIÈRES 2
- ASTRAL MEDIA, ASTRAL MEDIA RADIO, ASTRAL MEDIA RADIO INTERACTIF 4
- NORME CSE 5

NORMES GRAPHIQUES - ÉNERGIE

- Applications couleurs du logo 7
- Versions du logo 8
- Logo animé pour publicités télévisées et Internet 9
- Zone de protection 10
- Le logo et la signature de marque 11
- L'utilisation incorrecte du logo 12
- Les polices de caractère 13
- Signature réseau 14
- Énergie en texte 15
- Campagne F07 16
- Promotion F07 17
- Papeterie 18
- Bandeau Astral Media 20
- Radio satellite 21

NORMES GRAPHIQUES - ROCKDÉTENTE

- Applications couleurs du logo 23
- Versions du logo 24
- Zone de protection 25
- L'utilisation incorrecte du logo 26
- Les polices de caractère 27
- Signature réseau 28
- RockDétente en texte 29
- Motifs de fond et couleurs secondaires 30
- Campagne F07 31
- Promotion F07 32
- Papeterie 33
- Bandeau Astral Media 35
- Radio satellite 36

NORMES GRAPHIQUES - BOOM FM

- Logo et signature de marque 1
- Typographie du logotype 2
- Typographie des outils de communications 3
- Utilisation écrite de la marque boom fm 4
- Éléments graphiques 5
- Normes graphiques de papeterie inhérentes à Astral Media 6
- Articles promotionnels 7
- Mobiles 8

= NOUVEAUTÉS DU GUIDE F07

Table des matières

NORMES GRAPHIQUES PRÉLIMINAIRES - PALMARES.CA

- Application couleurs du logo P1
- Les polices de caractère P2
- Précision sur la marque P3

POLITIQUE D'ENREGISTREMENT DES MARQUES DE COMMERCE A1

NORMES GRAPHIQUES - ASTRAL MEDIA

- Le logotype de l'entreprise 2
- Versions officielles (verticale/horizontale) 3
- Versions officielles (positive/renversée) 4
- Les couleurs officielles 5
- Les couleurs officielles (utilisation exceptionnelle) 6
- Typographie 7
- L'espace de protection du logo 8
- Utilisation incorrecte du logo 9
- Le logotype sur fonds de couleur 10
- Le logotype sur fonds photographiques 11
- Architecture de l'entreprise
  - Structure de l'entreprise 13
  - Niveaux de participation à la propriété 14
  - Signature d'appartenance (télé) 16
  - Signature d'appartenance (radio) 17
  - Signature d'appartenance (autres) 18
  - Composition du bandeau 19
  - Position du bandeau 21
  - Propriété ou participation majoritaire (papeterie) 22
  - Copropriété 23

= NOUVEAUTÉS DU GUIDE F07

QUAND DOIT-ON UTILISER LE LOGO D'ASTRAL MEDIA ?

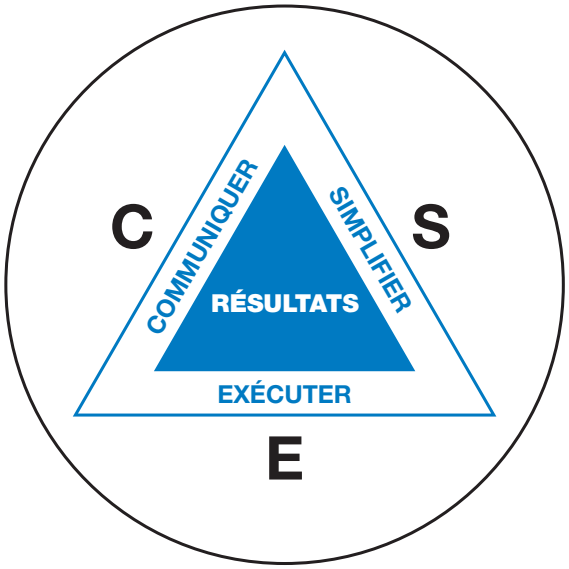
- Dans toutes les publicités destinées au grand public.
- Sous forme de bandeau noir avec la ligne : « une radio Astral Media ».
- En compagnie d'un ou plusieurs logos de nos réseaux (Énergie, RockDétente et/ou boom fm).

QUAND DOIT-ON UTILISER LE LOGO D'ASTRAL MEDIA RADIO ?

- Toujours utiliser seul ; jamais avec Énergie, RockDétente, boom fm ni Astral Media.
- Dans les documents internes.
- Dans les publicités destinées au marché des clients et /ou agences seulement (communément appelé le *trade*).

QUAND DOIT-ON UTILISER LE LOGO D'ASTRAL MEDIA RADIO INTERACTIF ?

- Toujours utiliser seul ; jamais avec Énergie, RockDétente, boom fm, ni Astral Media.
- Dans les publicités destinées au marché des clients et /ou agences seulement (communément appelé le *trade*).
- Peut être utilisé avec le logo Palmares.ca.



Le visuel du triangle ainsi que les trois mots clés – communiquer, simplifier, exécuter – doivent être utilisés dans la majorité de nos communications internes.

La norme CSE est un principe clé chez Astral Media Radio. Son utilisation doit être répendue dans notre gestion et dans toutes nos opérations.

« Si chacun des employés d'Astral Media Radio prend la responsabilité d'appliquer les principes du CSE tous les jours, sans aucun doute nous aurons une entreprise beaucoup plus performante et un environnement de travail des plus agréables!!! »

Luc Sabbatini

Vice-président exécutif et chef de l'exploitation
Astral Media Radio et Astral Media Affichage

Normes graphiques F07

énergie

Astral *Media*®

APPLICATIONS COULEURS DU LOGO

- Comme la couleur joue un rôle important dans l'établissement d'une image de marque, il est capital de les respecter et de les utiliser de façon uniforme et homogène.

LE LOGO EN COULEURS

PANTONE COATED	**032C**
PANTONE UNCOATED	**032U**
CMYK	**0 / 95 / 80 / 0**
RGB	**220 / 0 / 0**

PANTONE COATED	**375C**
PANTONE UNCOATED	**374U**
CMYK	**50 / 0 / 90 / 0**
RGB	**151 / 227 / 048**

LE LOGO EN TRAMES DE GRIS

NOIR **45%**

NOIR **20%**

LE LOGO LINÉAIRE EN NOIR ET BLANC

- La version linéaire est conçue pour les applications où la qualité d'impression ne permet pas d'obtenir les tons de gris nécessaires à l'utilisation de la version en trame de noir (exemple : télécopies).
- Le logo en noir et blanc est exclusivement réservé à un fond en noir ou blanc.

VERSIONS DU LOGO

VERSION SANS FRÉQUENCE

VERSIONS OFFICIELLES

- Seulement les trois versions officielles du logo doivent être utilisées, soit les versions sans fréquence et avec fréquence, horizontale ou verticale.
- Prière d'utiliser les documents informatiques des logos de façon intégrale, sans les modifier.

VERSIONS HORIZONTALES AVEC FRÉQUENCE

DRUMMONDVILLE

MONTRÉAL

SAGUENAY-LAC-ST-JEAN

RIMOUSKI

QUÉBEC

ROUYN

MAURICIE

VAL-D'OR

GATINEAU / OTTAWA

ESTRIE

VERSIONS VERTICALES AVEC FRÉQUENCE

DRUMMONDVILLE

MONTRÉAL

SAGUENAY-LAC-ST-JEAN

RIMOUSKI

QUÉBEC

ROUYN

MAURICIE

VAL-D'OR

GATINEAU / OTTAWA

ESTRIE

LOGO ANIMÉ POUR PUBLICITÉS TÉLÉVISÉES ET INTERNET

10.1

10.2

10.3

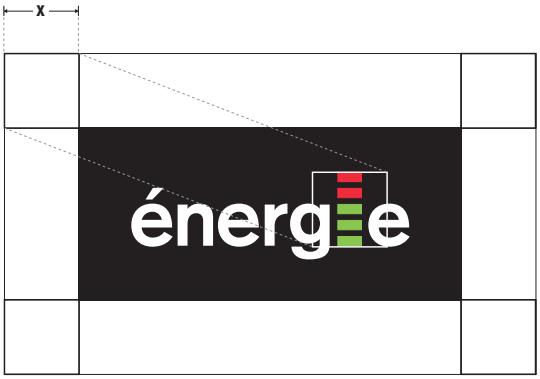
10.4

10.5

10.6

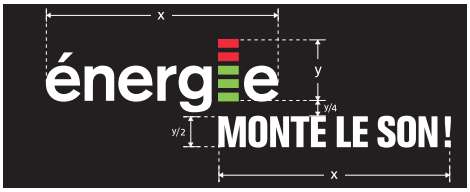
- Pour les publicités télé et Internet, une version animée du logo a également été conçue de façon à bien illustrer la variation de niveau du LED selon le rythme de la musique.

ZONE DE PROTECTION DU LOGO



- Afin d'assurer la lisibilité du logo, une zone de protection a été aménagée tout autour de son design graphique. Ainsi, aucun autre élément graphique ne doit apparaître dans l'espace délimité par la grille.
- Les mesures de cette zone équivalent à la hauteur du LED.
- Le logo doit avoir, en tout temps, un minimum d'un pouce de large.

SANS FRÉQUENCE



- Le slogan «Monte le son» doit toujours être utilisé avec le logo Énergie (avec ou sans fréquence) et ne doit jamais apparaître seul.
- Son positionnement et sa proportion doivent respecter l'exemple ci-contre.

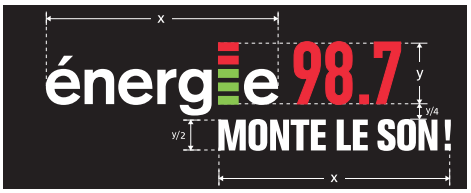
AVEC FRÉQUENCE

DRUMMONDVILLE

MONTRÉAL

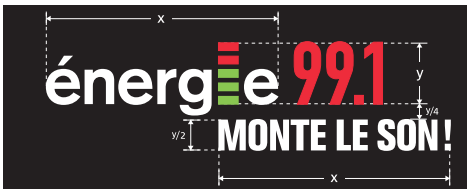
SAGUENAY-LAC-ST-JEAN

RIMOUSKI



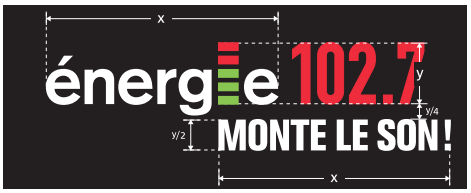
QUÉBEC

ROUYN



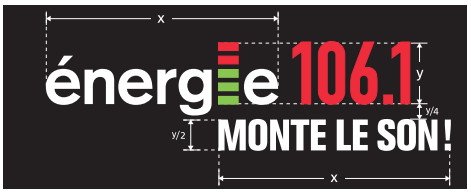
MAURICIE

VAL-D'OR



GATINEAU / OTTAWA

ESTRIE



L'UTILISATION INCORRECTE DU LOGO

NE PAS AJOUTER DE CONTOUR

NE PAS METTRE EN ANGLE

- Quel que soit le type d'application retenu, il est important de respecter le design graphique établi.
- Les couleurs et formes du logo doivent être employées telles quelles, sans modification, ni inversion.
- Il faut respecter la masse rectangulaire noire. Elle fait partie intégrale du logo et ne doit donc pas être diminuée ou agrandie.
- Ne jamais ajouter de filet ou d'effet tridimensionnel.
- Les caractères typographiques doivent être respectés en tout temps, de même que leurs proportions.

NE PAS CHANGER LES COULEURS

NE PAS CHANGER LA PROPORTION DE LA BOÎTE NOIRE

NE PAS UTILISER QU'UNE SEULE COULEUR

NE PAS AJOUTER D'EFFET

NE PAS ÉTIRER

AFIN DE GARDER LES BONNES PROPORTIONS,
TOUJOURS RÉDUIRE OU AGRANDIR
PAR L'UN DES QUATRE COINS DE LA BOÎTE IMAGE

- L'utilisation des caractères typographiques de la famille *Akzidenz Grotesk* est obligatoire pour l'ensemble du système d'identité visuelle des stations Énergie (voir exemples ci-bas).
- Recourir aux caractères *Adobe DIN Engschrift* seulement comme typographie secondaire.

Akzidenz Grotesk Light

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

Akzidenz Grotesk Roman

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

Akzidenz Grotesk Bold

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

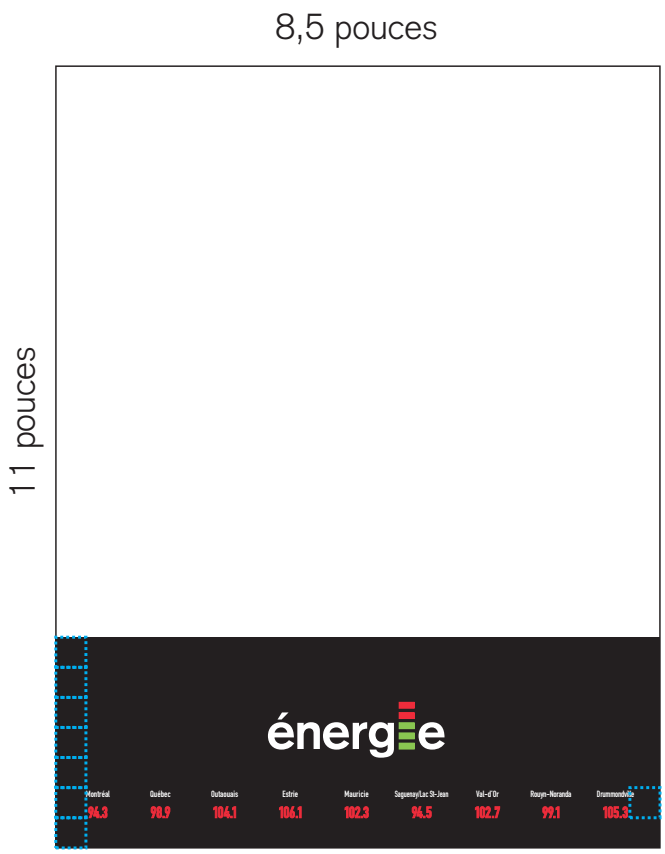
DIN Engschrift

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

SIGNATURE RÉSEAU

- Cette signature est conçue pour les publicités imprimées portant sur le réseau énergie ou sur une émission diffusée sur l'ensemble du réseau.
- La largeur de la signature Énergie avec les fréquences des différentes stations ne doit jamais être inférieure à 8,5 pouces.
- Le bandeau de cette signature doit garder les mêmes proportions lorsqu'il est agrandi.

VERSION VERTICALE



EXEMPLE D'APPLICATION

LES TEXTES

- On utilise toujours le «É» majuscule lorsqu'il est question du réseau Énergie : **Énergie** et non énergie.

- On utilise le «é» minuscule seulement lorsqu'il est question de la station et que le mot énergie est accompagné de la fréquence :
  énergie 94.3 et non Énergie 94.3
  énergie 98.9 et non Énergie 98.9
  énergie 104.1 et non Énergie 104.1
  énergie 106.1 et non Énergie 106.1
  énergie 102.3 et non Énergie 102.3
  énergie 94.5 et non Énergie 94.5
  énergie 99.1 et non Énergie 99.1
  énergie 102.7 et non Énergie 102.7
  énergie 98.7 et non Énergie 98.7
  énergie 92.1 et non Énergie 92.1

- La fréquence s'écrit toujours avec un point (qu'on ne prononce pas) et on ne mentionne jamais la ville :
  94.3 et non 94,3 ou 94.3 Montréal
  98.9 et non 98,9 ou 98.9 Québec
  104.1 et non 104,1 ou 104.1 Gatineau/Ottawa
  106.1 et non 106,1 ou 106.1 Estrie
  102.3 et non 102,3 ou 102.3 Mauricie
  94.5 et non 94,5 ou 94.5 Saguenay-Lac-St-Jean
  99.1 et non 99,1 ou 99.1 Rouyn-Noranda
  102.7 et non 102,7 ou 102.7 Val-D'or
  98.7 et non 98,7 ou 98.7 Rimouski
  92.1 et non 92,1 ou 92.1 Drummondville

- Lors d'une pub réseau, l'utilisation du logo réseau est obligatoire et la mention des sept stations dans une barre prévue à cet effet aussi. La barre en question est disponible en version horizontale et verticale.

LES COMMUNIQUÉS DE PRESSE

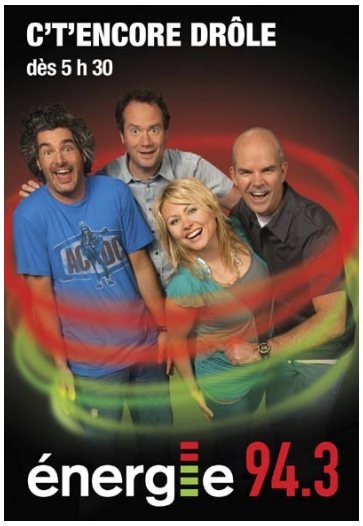
- Tous les communiqués doivent être signés comme suit:

  énergie 94.3 (ou Énergie), une radio Astral Media; Astral Media inc., l'une des plus grandes entreprises médias au Canada, exerce ses activités dans les secteurs de la télévision spécialisée, payante et à la carte, de la radio, de l'affichage extérieur et sur Internet. Sa présence solide et dynamique dans les grands marchés du pays repose sur sa volonté d'offrir une combinaison unique de médias de grande qualité adaptés à tous ses auditoires ciblés. Les actions d'Astral Media sont inscrites à la Bourse de Toronto sous les symboles ACM.A/ACM.B. Accédez au site Web d'Astral Media au www.astralmedia.com.

AFFICHAGE

CLASSIQUE

COLONNE



ZONTAL

MAX

APPLICATION JOURNAUX ET MAGAZINES

Il est possible d'appliquer le logo sur toute une gamme d'articles promotionnels tant que toutes les normes graphiques ci-mentionnées sont appliquées.

- Toute identification de véhicule et article promotionnel doit être approuvée par Evelyne Ouellet.
  Les commentaires sont garantis à l'intérieur de 24 heures.

- Voici quelques exemples d'application de la marque :

i MATÉRIEL D'IDENTIFICATION :

drapeaux, tentes, mobiles, coroplast, parapost, bannières, backdrop, posters, tables de diffusion, transpac, kits remote, bagues de micros, enseignes extérieures, etc.

P ARTICLES PROMOTIONNELS :

t-shirts, casquettes, porte-clefs, auto-collants, cordon de cou, gourde, etc.

❶

www.radioenergie.com

❷

énergie 94.3

❸

énergie 94.3

❹

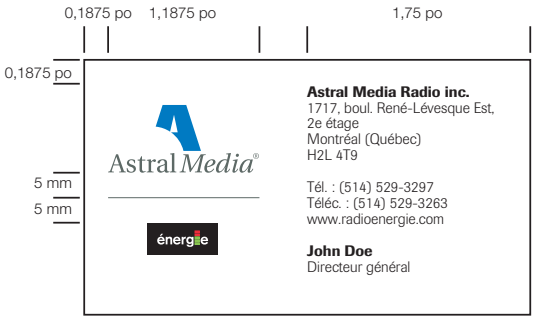
Astral Media®

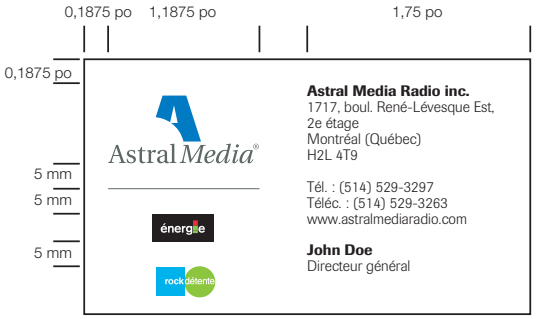
À PROPOS DU MOBILE ÉNERGIE

- **Les mobiles Énergie doivent en tout temps être des véhicules noirs.**
- **Idéalement, on affiche la campagne de l'année sinon, voici les détails et le visuel du mobile de base d'Énergie.**
- Toujours mettre au moins 4 fois le logo Énergie avec votre fréquence (2, 3) :
  * Au plus grand de sa capacité, centré, version verticale (2), sur le capot et dans la vitre arrière.
  * Au plus grand de sa capacité, centré, version horizontale (3), sur le côté gauche et sur le côté droit.
- Le logo vertical (2) peut être utilisé dans certains cas sur les côtés (voir la new beetle).
- La mention www.radioenergie.com (1) doit être à l'avant ET/OU à l'arrière.
- Il est TRÈS important de s'assurer que le logo Énergie (2) et la mention www.radioenergie.com (1) soient toujours lisibles. Faire attention aux formes de la voiture.
- Le logo d'Astral Media (5) doit apparaître une fois, à l'arrière du véhicule.

Notre papeterie d'usage courant est produite en français et pour toutes les entreprises à l'extérieur du Québec est produite en anglais. Dans le cas des entreprises possédant deux adresses, l'une au Québec et l'autre dans une autre province, des papeteries sont produites dans les deux langues.

CARTES D'AFFAIRES 3,5 X 2 POUCES

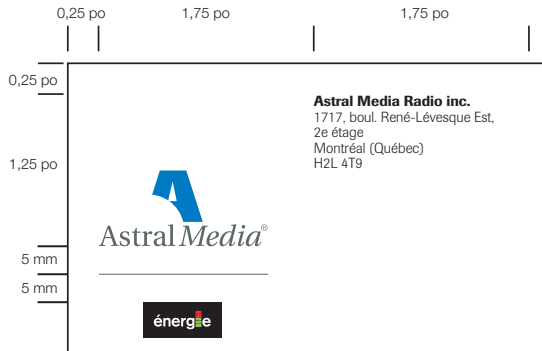




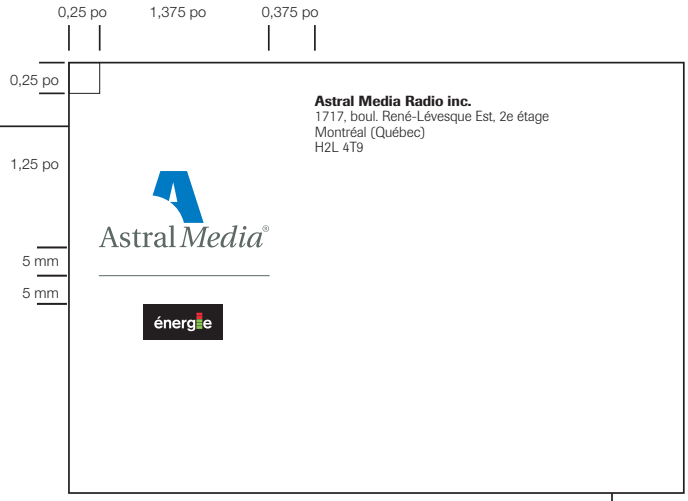
PIÈCES DE PAPETERIE

- Dans le bloc adresse, le nom de la raison sociale est en Imago Berthold Medium et le reste du bloc adresse est en Imago Léger, tout en 8,5 sur 9 pts en noir 100%.
- Toutes les pièces de papeterie doivent être imprimées sur le même papier blanc. Lors de l'impression, il est important de s'assurer de respecter les couleurs officielles des logos.
- Une seule ligne doit apparaître, soit sous le logo d'Astral Media.
- La grosseur des logos positionnés sous le logo d'Astral Media sera d'environ 50% de moins que le filet les séparant.
- Il doit y avoir 5 mm d'espace entre tous les éléments (logos et ligne).
- Sur les cartes d'affaires, un espace d'une ligne doit apparaître entre le bloc adresse et le bloc téléphone. C'est également l'espace minimal qui doit apparaître entre le bloc téléphone et le nom de la personne.

ENVELOPPE No 10 9,5 X 4,25 POUCES



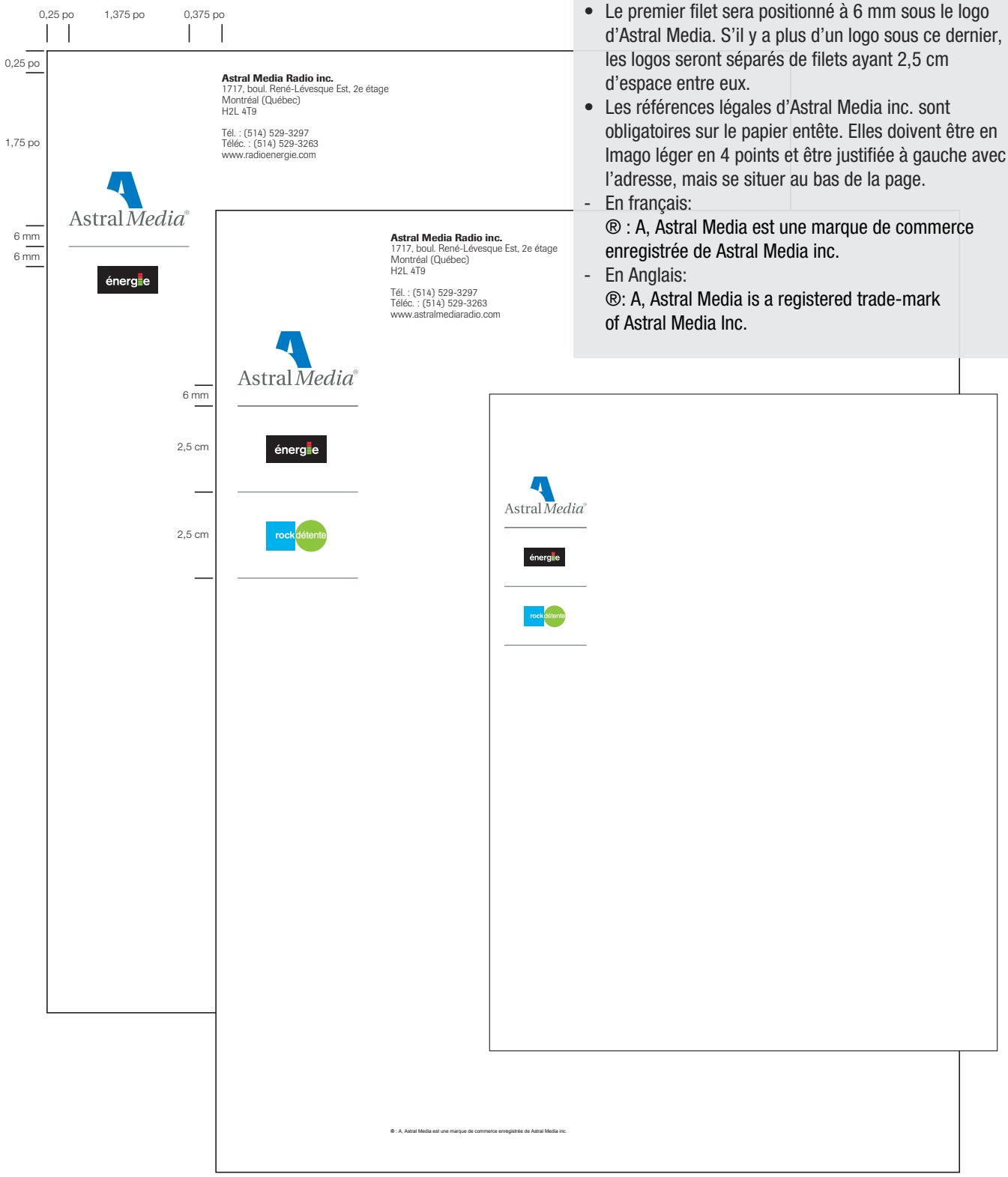
ÉTIQUETTE D'ENVOI 5 X 3,5 POUCES



ENTÊTES DE LETTRE ET EXEMPLE DE PAGE SUITE

- La grosseur des logos positionnés sous le logo d'Astral Media sera d'environ 50% de moins que le filet les séparant.
- Le premier filet sera positionné à 6 mm sous le logo d'Astral Media. S'il y a plus d'un logo sous ce dernier, les logos seront séparés de filets ayant 2,5 cm d'espace entre eux.
- Les références légales d'Astral Media inc. sont obligatoires sur le papier entête. Elles doivent être en Imago léger en 4 points et être justifiée à gauche avec l'adresse, mais se situer au bas de la page.

- En français:
  ® : A, Astral Media est une marque de commerce enregistrée de Astral Media inc.
- En Anglais:
  ®: A, Astral Media is a registered trade-mark of Astral Media Inc.



BANDEAU ASTRAL MEDIA

UTILISATION DU BANDEAU POUR LES PUBLICITÉS

- Dans le cas où Astral Media est entièrement propriétaire d'une station de radio ou y détient une participation majoritaire, un système de bandeau a été conçu pour le positionnement du logo et de la signature d'appartenance «Une radio Astral Media».
- Cette signature doit accompagner le logo d'Astral Media dans toutes les pièces de communication des radios sauf sur les panneaux d'affichage extérieur.
- La signature d'appartenance reste au singulier même lorsque la pièce de communication comporte plusieurs logos.
- Pour plus d'information sur l'utilisation du bandeau, référez-vous aux normes d'Astral Média.
- Au début de l'année 2007, Astral Media sortira une politique précise pour le web.

POSITIF

NÉGATIF

énergie
193

Normes graphiques F07

Astral *Media*®

- Comme la couleur joue un rôle important dans l'établissement d'une image de marque, il est capital de les respecter et de les utiliser de façon uniforme et homogène.
- Il est important de s'assurer que le fond de couleur sur lequel le logo est apposé ne gêne en rien sa lisibilité.
- Éviter de placer le logo dans un espace qui est engorgé de détails qui nuirait à sa visibilité.

LE LOGO EN COULEURS

PANTONE COATED	**2995C**
PANTONE UNCOATED	**306U**
CMYK	**80 / 5 / 0 / 0**
RGB	**51 / 153 / 204**

PANTONE COATED	**375C**
PANTONE UNCOATED	**374U**
CMYK	**50 / 0 / 90 / 0**
RGB	**151 / 227 / 48**

LE LOGO EN TRAMES DE GRIS

NOIR **50%**

NOIR **25%**

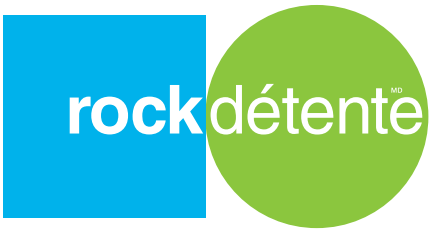
POSITIF

NÉGATIF

LE LOGO EN NOIR ET BLANC

- Le logo en noir et blanc est exclusivement réservé à un fond en noir ou blanc.
- L'utilisation du logo en version positive ou négative doit être faite en fonction de la densité de la couleur sur laquelle il sera apposé.
- Le choix devra être fait de façon à toujours obtenir la visibilité maximale du logo.
- Le carré doit toujours être blanc et le cercle toujours noir.

VERSION SANS FRÉQUENCE



VERSIONS OFFICIELLES

- Seulement les deux versions officielles du logo doivent être utilisées, soit les versions sans fréquence et avec fréquence, **maintenant sans «fm»**.
- Prière d'utiliser les documents informatiques des logos de façon intégrale, sans les modifier.

VERSIONS AVEC FRÉQUENCE

GATINEAU / OTTAWA

SAGUENAY-LAC-ST-JEAN

ESTRIE

RIMOUSKI

MONTRÉAL

QUÉBEC

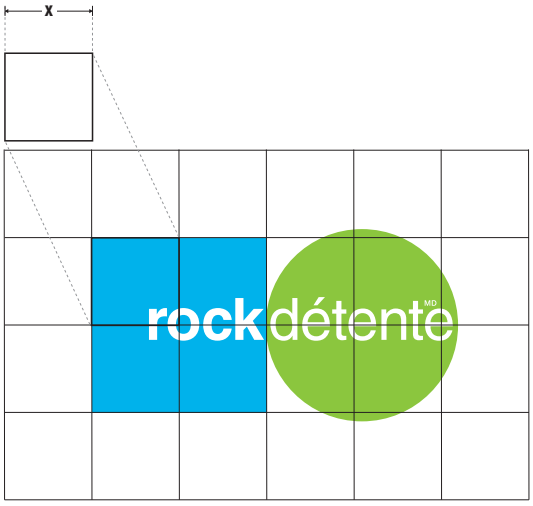
MAURICIE

VERSION EXCLUSIVE À L'AFFICHAGE EXTÉRIEUR

- Le vert de cette version a été modifié dans le but d'augmenter l'impact du logo en utilisation sur grands formats.
- Le «MD» d'enregistrement de la marque se situe SOUS le mot «détente».

PANTONE COATED	**376C**
PANTONE UNCOATED	**375U**
QUADRICHROMIE	**50** / **0** / **100** / **0**

ZONE DE PROTECTION DU LOGO



- Afin d'assurer la lisibilité du logo, une zone de protection a été aménagée tout autour de son design graphique. Ainsi, aucun élément ne doit apparaître dans l'espace délimité par la grille.

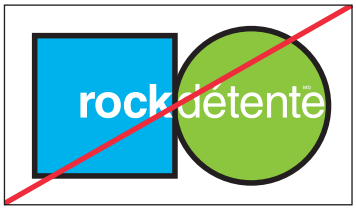
- Les mesures de cette zone équivalent à la moitié du carré bleu dans lequel est inscrit «rock».

LE FORMAT MINIMUM

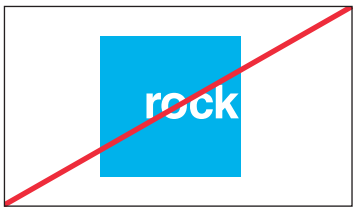
- Le logo doit avoir, en tout temps, un minimum de 5/8 de pouce de large.

L'UTILISATION INCORRECTE DU LOGO

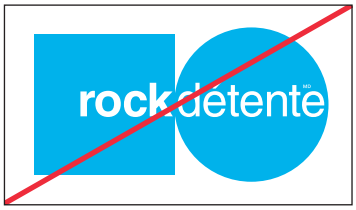
NE PAS AJOUTER DE CONTOUR



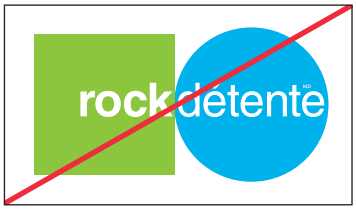
NE PAS SÉPARER LES FORMES



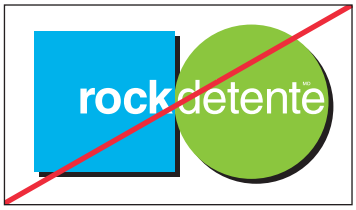
NE PAS UTILISER QU'UNE SEULE COULEUR

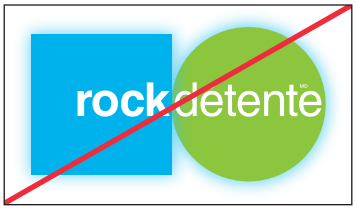


NE PAS CHANGER OU INVERSER LES COULEURS

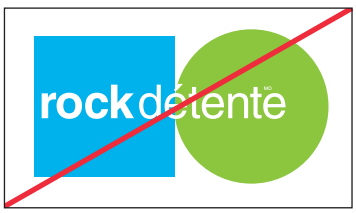


NE PAS AJOUTER D'EFFET



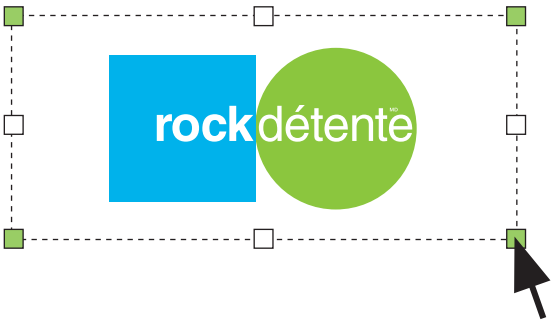


NE PAS DÉPLACER LE TEXTE



- Quel que soit le type d'application retenu, il est important de respecter le design graphique établi.
- Les couleurs et formes du logo doivent être employées telles quelles, sans modification, ni inversion.
- Ne jamais ajouter de filet ou d'effet tridimensionnel.
- Les caractères typographiques doivent être respectés en tout temps, de même que leurs proportions.

AFIN DE GARDER LES BONNES PROPORTIONS,
TOUJOURS RÉDUIRE OU AGRANDIR
PAR L'UN DES QUATRE COINS DE LA BOÎTE IMAGE



- L'utilisation des caractères typographiques de la famille *Helvetica Neue* est obligatoire pour l'ensemble du système d'identité visuelle des stations RockDétente (voir exemples ci-bas).
- Recourir aux caractères *Cronos* seulement comme typographie secondaire.

Helvetica Neue Light

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

Helvetica Neue Roman

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

Helvetica Neue Black

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

Helvetica Neue Black Condensed

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

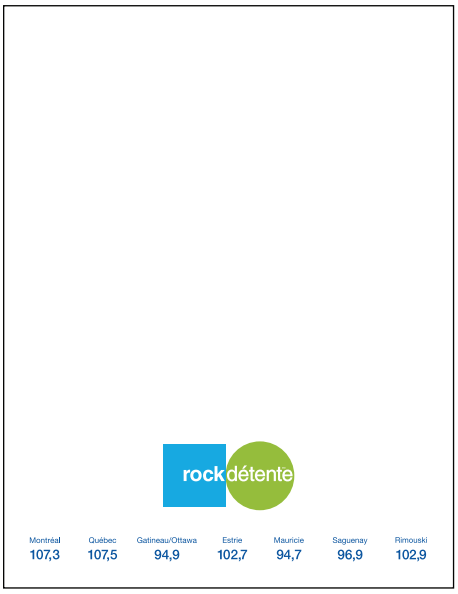
Cronos

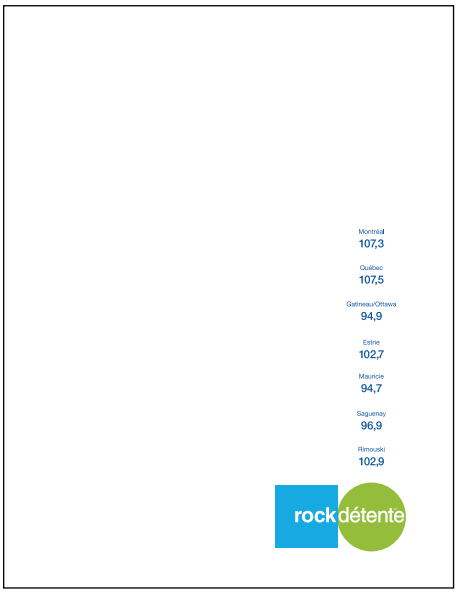
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

SIGNATURE RÉSEAU

- Cette signature est conçue pour les publicités imprimées portant sur le réseau RockDétente ou sur une émission diffusée sur l'ensemble du réseau.
- La largeur de la signature RockDétente avec les fréquences des différentes stations ne doit jamais être inférieure à 8,5 pouces.
- Le bandeau de cette signature doit garder les mêmes proportions lorsqu'il est agrandi.
- À l'heure actuelle, la marque RockDétente n'utilise pas de signature de marque à l'écrit. «Profite de la vie» est la thématique F07 utilisée en ondes.

VERSIONS HORIZONTALE ET VERTICALE





EXEMPLE D'APPLICATION

LES TEXTES

- RockDétente s'écrit toujours en un mot, sans trait d'union et avec un «R» et un «D» majuscule : **RockDétente** et non rock-détente.

- La fréquence s'écrit toujours avec une virgule (qu'on ne prononce pas) et on mentionne toujours la ville :
  RockDétente 107,3 Montréal et non RockDétente 107.3
  RockDétente 107,5 Québec et non RockDétente 107.5
  RockDétente 94,9 Gatineau/Ottawa et non RockDétente 94.9
  RockDétente 102,7 Estrie et non RockDétente 102.7
  RockDétente 94,7 Mauricie et non RockDétente 94.7
  RockDétente 96,9 Saguenay-Lac-St-Jean et non RockDétente 96.9
  RockDétente 102,9 Rimouski et non RockDétente 102.9

- Lors d'une pub réseau, l'utilisation du logo réseau est obligatoire et la mention des sept stations dans une barre prévue à cet effet aussi. La barre en question est disponible en version horizontale et verticale.

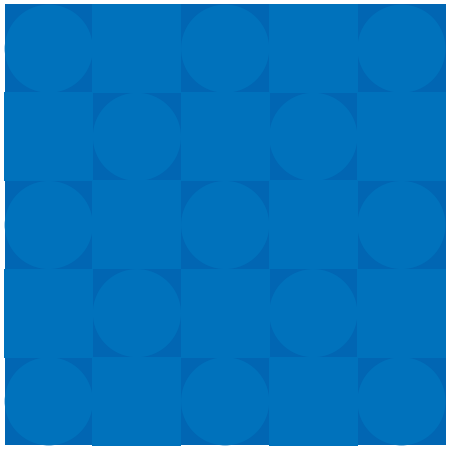
- Nouveauté F07 : la notion de radio n'est plus utilisée lorsqu'il est question du réseau : **RockDétente** et non RADIO RockDétente.

LES COMMUNIQUÉS DE PRESSE

- Tous les communiqués doivent être signés comme suit:

  RockDétente 107,3 Montréal (ou RockDétente); Astral Media inc., l'une des plus grandes entreprises médias au Canada, exerce ses activités dans les secteurs de la télévision spécialisée, payante et à la carte, de la radio, de l'affichage extérieur et sur Internet. Sa présence solide et dynamique dans les grands marchés du pays repose sur sa volonté d'offrir une combinaison unique de médias de grande qualité adaptés à tous ses auditoires ciblés. Les actions d'Astral Media sont inscrites à la Bourse de Toronto sous les symboles ACM.A/ACM.B. Accédez au site Web d'Astral Media au www.astralmedia.com.

MOTIFS DE FOND ET COULEURS SECONDAIRES



LES MOTIFS GRAPHIQUES

- Le logo RockDétente est formé d'un carré et d'un cercle, deux formes géométriques pouvant aisément servir de base pour créer d'intéressants effets graphiques et composer des harmonies visuelles.
- Il est indispensable de respecter les proportions de la formule de base afin de faciliter l'identification du réseau.

PANTONE COATED **286C**
CMYK **100 / 60 / 0 / 0**

PANTONE COATED **288C**
CMYK **100 / 65 / 0 / 24**

PANTONE COATED **289C**
CMYK **100 / 64 / 0 / 60**

LES COULEURS SECONDAIRES

- Les couleurs complémentaires choisies pour accompagner le logo sont le blanc et le bleu.
- Cependant, d'autre teintes pourront être retenues, à condition qu'elles soient en mesure de produire des contrastes assez évidents avec les deux couleurs du logo, préservant ainsi l'intensité, l'harmonie et la dynamique de celui-ci.

AFFICHAGE

CLASSIQUE

COLONNE

ZONTAL

MAX

APPLICATION JOURNAUX ET MAGAZINES

- Il est possible d'appliquer le logo sur toute une gamme d'articles promotionnels tant que toutes les normes graphiques ci-mentionnées sont appliquées.
- Toute identification de véhicule et article promotionnel doit être approuvée par Evelyne Ouellet.
  Les commentaires sont garantis à l'intérieur de 24 heures
- Voici quelques exemples d'application de la marque :

i MATÉRIEL D'IDENTIFICATION :

drapeaux, tentes, mobiles, coroplast, parapost, bannières, backdrop, posters, tables de diffusion, transpac, kits remote, bagues de micros, enseignes extérieures, etc.

P ARTICLES PROMOTIONNELS :

t-shirts, casquettes, porte-clefs, auto-collants, cordon de cou, gourde, etc.

1

www.rockdetente.com

2

rockdétente 107,3

3

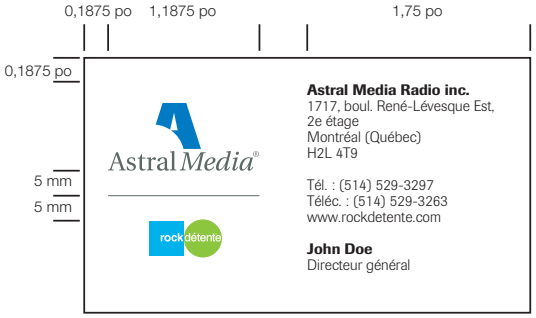
Astral Media

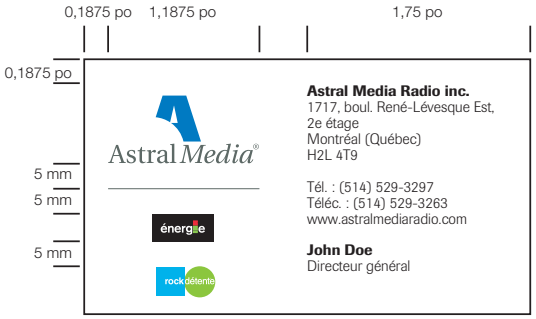
À PROPOS DU MOBILE ROCKDÉTENTE

- **Les mobiles RockDétente doivent idéalement être des véhicules argents.**
- **Idéalement, on affiche la campagne de l'année sinon, voici les détails et le visuel du mobile de base de RockDétente.**
- Toujours mettre au moins 4 fois le logo RockDétente avec votre fréquence (2) :
  * Au plus grand de sa capacité, centré, sur le capot et dans la vitre arrière.
  * Au plus grand de sa capacité, centré, sur le côté gauche et sur le côté droit.
- La mention www.rockdetente.com (1) doit être à l'avant ET/OU à l'arrière.
- Il est TRÈS important de s'assurer que le logo RockDétente (2) et la mention www.rockdetente.com (1) soient toujours lisibles. Faire attention aux formes de la voiture.
- Le logo d'Astral Media (3) doit apparaître une fois, à l'arrière du véhicule.

Notre papeterie d'usage courant est produite en français et pour toutes les entreprises à l'extérieur du Québec est produite en anglais. Dans le cas des entreprises possédant deux adresses, l'une au Québec et l'autre dans une autre province, des papeteries sont produites dans les deux langues.

CARTES D'AFFAIRES 3,5 X 2 POUCES

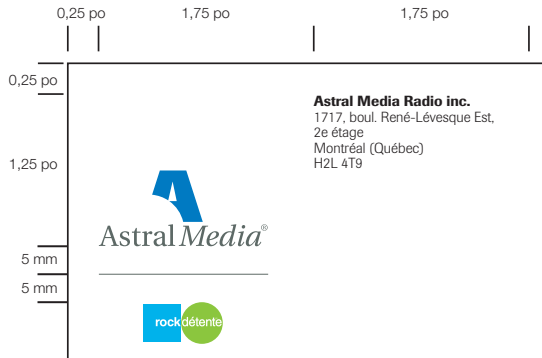




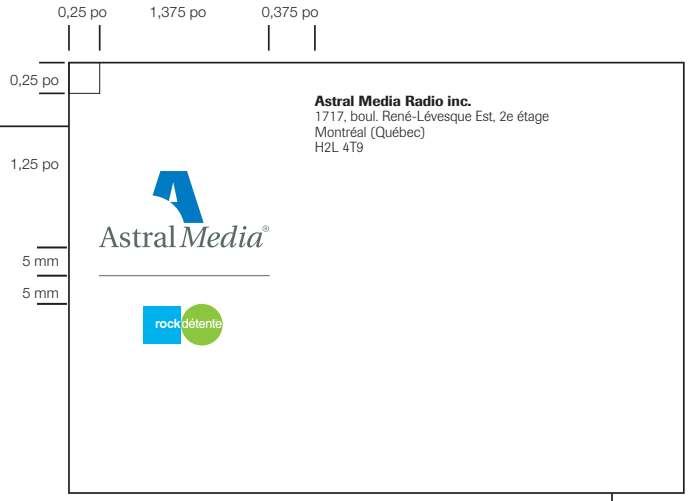
PIÈCES DE PAPETERIE

- Dans le bloc adresse, le nom de la raison sociale est en Imago Berthold Medium et le reste du bloc adresse est en Imago Léger, tout en 8,5 sur 9 pts en noir 100%.
- Toutes les pièces de papeterie doivent être imprimées sur le même papier blanc. Lors de l'impression, il est important de s'assurer de respecter les couleurs officielles des logos.
- Une seule ligne doit apparaître, soit sous le logo d'Astral Media Radio.
- La grosseur des logos positionnés sous le logo d'Astral Media sera d'environ 50% de moins que le filet les séparant.
- Il doit y avoir 5 mm d'espace entre tous les éléments (logos et ligne).
- Sur les cartes d'affaires, un espace d'une ligne doit apparaître entre le bloc adresse et le bloc téléphone. C'est également l'espace minimal qui doit apparaître entre le bloc téléphone et le nom de la personne.

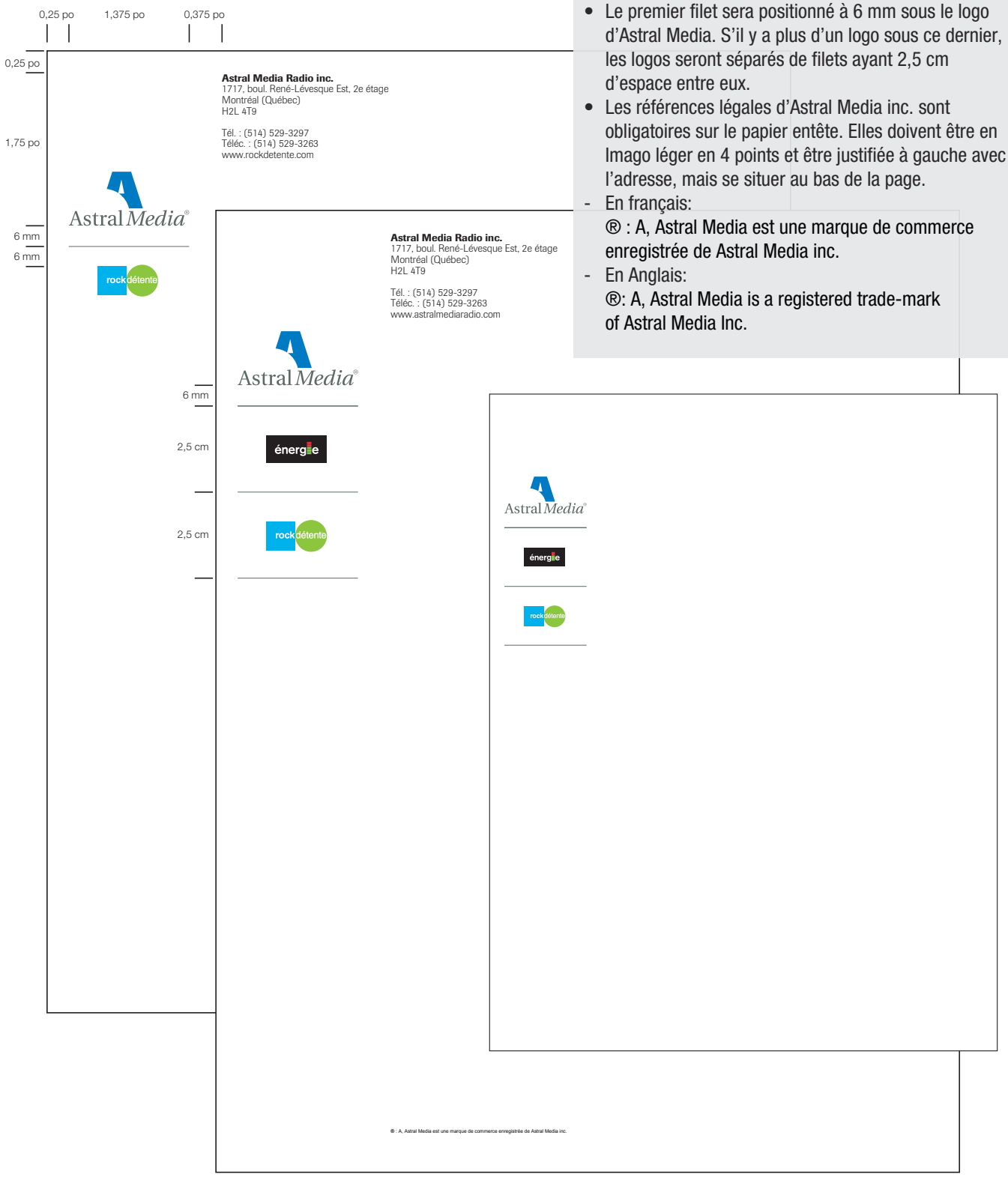
ENVELOPPE No 10 9,5 X 4,25 POUCES



ÉTIQUETTE D'ENVOI 5 X 3,5 POUCES



ENTÊTES DE LETTRE ET EXEMPLE DE PAGE SUITE



- La grosseur des logos positionnés sous le logo d'Astral Media sera d'environ 50% de moins que le filet les séparant.
- Le premier filet sera positionné à 6 mm sous le logo d'Astral Media. S'il y a plus d'un logo sous ce dernier, les logos seront séparés de filets ayant 2,5 cm d'espace entre eux.
- Les références légales d'Astral Media inc. sont obligatoires sur le papier entête. Elles doivent être en Imago léger en 4 points et être justifiée à gauche avec l'adresse, mais se situer au bas de la page.

- En français:
  ® : A, Astral Media est une marque de commerce enregistrée de Astral Media inc.
- En Anglais:
  ®: A, Astral Media is a registered trade-mark of Astral Media Inc.

BANDEAU ASTRAL MEDIA

UTILISATION DU BANDEAU POUR LES PUBLICITÉS

- Dans le cas où Astral Media est entièrement propriétaire d'une station de radio ou y détient une participation majoritaire, un système de bandeau a été conçu pour le positionnement du logo et de la signature d'appartenance «Une radio Astral Media».
- Cette signature doit accompagner le logo d'Astral Media dans toutes les pièces de communication des radios sauf sur les panneaux d'affichage extérieur.
- La signature d'appartenance reste au singulier même lorsque la pièce de communication comporte plusieurs logos.
- Pour plus d'information sur l'utilisation du bandeau, référez-vous aux normes d'Astral Média.
- Au début de l'année 2007, Astral Media sortira une politique précise pour le web.

POSITIF

NÉGATIF

192 RockVelours

Normes graphiques F07

Le logotype de **boom fm** est un heureux mélange de fraîcheur, de liberté et de frivolité musicale et est soutenu par un délicieux clin d'oeil aux «pick-up» de notre jeunesse.

Sémantique du logotype

C'est dans son symbole, le centreur, que toute l'essence de **boom fm** prend son sens. En effet, le symbole qui évoque des souvenirs, est simple et semble se balancer sur les lettres, comme une fleur au vent. De plus, la typographie ronde, à la fois voluptueuse, légère et stable est toute à l'image de **boom fm**.

Symbole

Logotype réseau

boom fm

Logotype par station

boom 105.3 fm

boom 106.5 fm

Les différents formats logotype de **boom fm** ont été conçus pour créer une reconnaissance visuelle rapide et une utilisation variée s'adaptant à tous les médias de communication. Il existe une constance visuelle entre les différentes versions — verticale, horizontale ou réseau — du logotype qui permet d'utiliser un ou l'autre des formats en fonction de l'espace qui lui est alloué.

Variation des formats du logotype

Version verticale La version verticale du logotype convient aux formats de médias verticaux ainsi qu'aux mises en pages où l'espace alloué au logotype est réduit en largeur. On y retrouve les fréquences reliées à chacune des stations du réseau.

Version horizontale La version horizontale du logotype, convient aux formats de médias horizontaux ainsi qu'aux mises en pages où l'espace alloué au logotype est réduit en hauteur. On y retrouve les fréquences reliées à chacune des stations du réseau.

Version réseau La version réseau doit être utilisée quand le média s'adresse au réseau de **boom fm**. Le logotype n'existe que dans ce format.

La signature

La signature **«Vous connaissez les paroles...»** est un élément de communication facile à mémoriser qui accompagne et soutient le logotype dans certaines de ses applications.

La signature doit toujours être utilisée en renversé blanc sur vert et doit être accompagnée du logotype puisque ce dernier détermine la hauteur et la couleur de la boîte. En effet, la hauteur du rectangle vert doit correspondre au cercle extérieur du «O» du logotype et la recette du vert doit être la même que celle du centreur. La largeur de la boite peut varier selon l'application graphique de celle-ci. (Voir les exemples ci-bas)

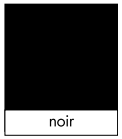
Positionnement dans sa boîte.

Exemples :

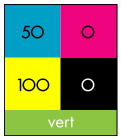
Pour permettre une plus grande utilisation du logotype et de sa signature, il existe une déclinaison de vert qui correspond à chacun des médias de communication.

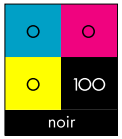
Applications couleur

PMS L'utilisation du PANTONE® 376 est à privilégier puisque c'est la couleur référence de la marque. Elle est, entre autres, utilisée dans la papeterie.

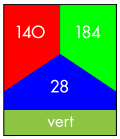


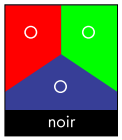
CMYK Les couleurs process sont l'alternative couleur pour l'imprimé lorsque le média, l'usage ou le budget ne permettent pas l'utilisation du PANTONE® 376



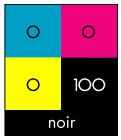


RGB Le vert écran a été agencé du PANTONE® 376 et devra être utilisé dans les applications destinées à l'écran.





Noir et blanc Le logotype devra être appliqué en noir 100% lorsque le média utilisé ne permet pas les couleurs. L'utilisation en renversé sur fond foncé peut se faire pour maintenir la lisibilité du logotype.



Afin d'assurer que le logotype reste lisible et bien visible, une zone de dégagement a été établit. Cette zone doit donc rester exempte de tout élément graphique ou typographique. La circonférence extérieure du «O» de boom en est la mesure de base.

Zone de dégagement

Logotype horizontal La zone de dégagement du logotype horizontal correspond à la valeur d'un «O» à droite, à gauche et au-dessous. L'espace requis au dessus du logotype représente un «O» et demi à partir de la hauteur d'«x».

Logotype vertical Dans la zone de dégagement du logotype vertical, une nouvelle mesure est introduite, celle du «fm». En effet, l'espace requis correspond à un «O» à gauche et à un «O» et demi en-dessous. En revanche, en raison de la forme irrégulière du centreur, la valeur d'une largeur du «fm» est requise à droite et au-dessus du logotype.

Logotype réseau Pour le logotype réseau, la zone de dégagement doit atteindre un «O» à droite, à gauche et en dessous du logotype.

Malgré le respect des zones de dégagement, certaines textures et couleurs de fond peuvent nuire à la lisibilité du logotype.

Utilisations correctes et incorrectes

Utilisation incorrecte Le logotype ne doit pas être utilisé sur un fond chargé ou trop foncé où le logotype se perdrait. Il ne doit pas non plus apparaître sur un fond trop similaire à la couleur du centreur. Lorsque l'impression est en noir et blanc, le logotype devra être entièrement en noir ou en blanc. Le centreur ne devra pas être en gris ni avoir un filet d'une autre couleur.

Utilisation correcte Lorsque l'emploi d'un fond chargé ne peut être évité, le logotype devra apparaître dans sa zone de dégagement en blanc. La même norme s'applique à tous les fonds vert ou bleu trop similaires au PANTONE® 376. En revanche, sur un fond foncé, tout en laissant le centreur en vert, le logotype devra être utilisé en blanc. Enfin, quand il s'agit d'une impression en noir et blanc, le logotype ainsi que le centreur devront être en noir ou en blanc.

Des versions avec appellation ont été crées pour le logotype, en lien avec la ville où la station se situe.

Logotype avec appellation

Utilisation incorrecte Le logotype ne doit, en aucun cas, être utilisé d'une autre façon que celles déjà existantes. La version horizontale seulement peut avoir l'appellation.

Utilisation correcte Le logotype doit toujours être utilisé de ces façons.

La typographie est une composante essentielle du logotype de **boom fm** qui a été créé à partir de deux polices de caractères, le *Bauhaus* et le *Futura*. Le *Bauhaus* qui est un heureux mélange entre la typographie des années «peaces and love» et le style moderne du XXIe siècle s'harmonise avec le *Futura* qui est un caractère sans sérif, structuré et tout en rondeur comme le *Bauhaus*. C'est ce rappel des formes qui créé l'harmonie entre le style du *Bauhaus* et la simplicité du *Futura*.

Typographie du logotype

La police de caractère *Bauhaus* fait partie intégrante du logotype et ne doit servir qu'à cette fin.

Bauhaus
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 12345?7890

Futura
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

Logotype réseau

boom fm

Logotype par station

boom 105.3 fm

boom 106.5 fm

La typographie des outils de communications est tout aussi importante que celle du logotype, puisqu'elle sera utilisée dans tous les outils de communication concernant **boom fm**.

Typographie des outils de communications

Dans le but d'assurer régularité de l'identité visuelle, l'ensemble des outils de communications graphiques internes et externes devra être écrit en *Futura*. Les graisses *light, book, medium* et *bold* dans un aplomb romain ou italique sont à privilégier. De plus, il est important de ne pas modifier la police de caractères en la condensant ou en l'étirant.

Dans le cas où le *Futura* n'est pas disponible, le *Century Gothic* peut remplacer ce dernier dans toutes ses graisses et aplomb. Ces normes ne s'appliquent pas à la papeterie puisque les normes graphiques d'Astral Media ont priorité.

Futura light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

Futura book

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

Futura medium

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 123467890

Futura bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

Utilisation écrite de la marque boom fm Il existe une différence entre l'application graphique et écrite du logotype et de la signature. En effet, quand le nom de boom et sa fréquence apparaissent dans un texte, ils doivent être d'une graisse plus élevée que le reste du texte. Le zéro de la fréquence doit être remplacé par la lettre «O» en majuscule : boom 106.5. Lorsque l'on ajoute la fréquence, elle s'écrit avec un point que l'on ne prononce pas et va après les lettres d'appel.

Utilisation écrite de **boom fm**

Utilisation écrite de la signature L'application écrite de la signature doit se faire entre chevrons, d'une graisse plus forte que le texte courant et avec un «V» majuscule :

«Vous connaissez les paroles…»

Identification de la station par la ville Dans les applications écrites, le nom de la ville s'écrit après la marque et la fréquence dans la même graisse et dans le même aplomb.

boom 105.3 Drummondville

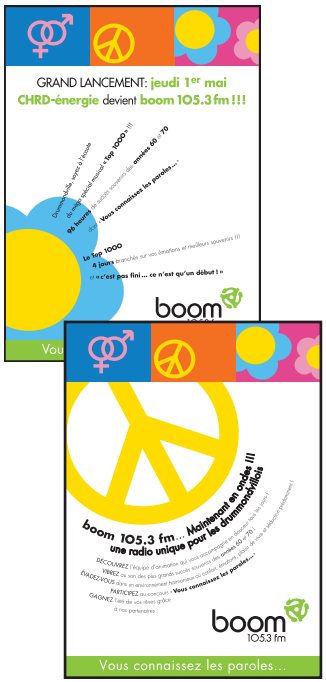
boom 106.5 Saint-Hyacinthe

Dans le cas des applications graphiques réseau où le nom des stations régionales doit apparaître, il s'inscrit avant la fréquence et doit toujours être accompagnés du logotype réseau.

Lors du lancement de **boom fm,** certains éléments graphiques ont été créés pour faire écho à toute l'essence de **boom fm**.

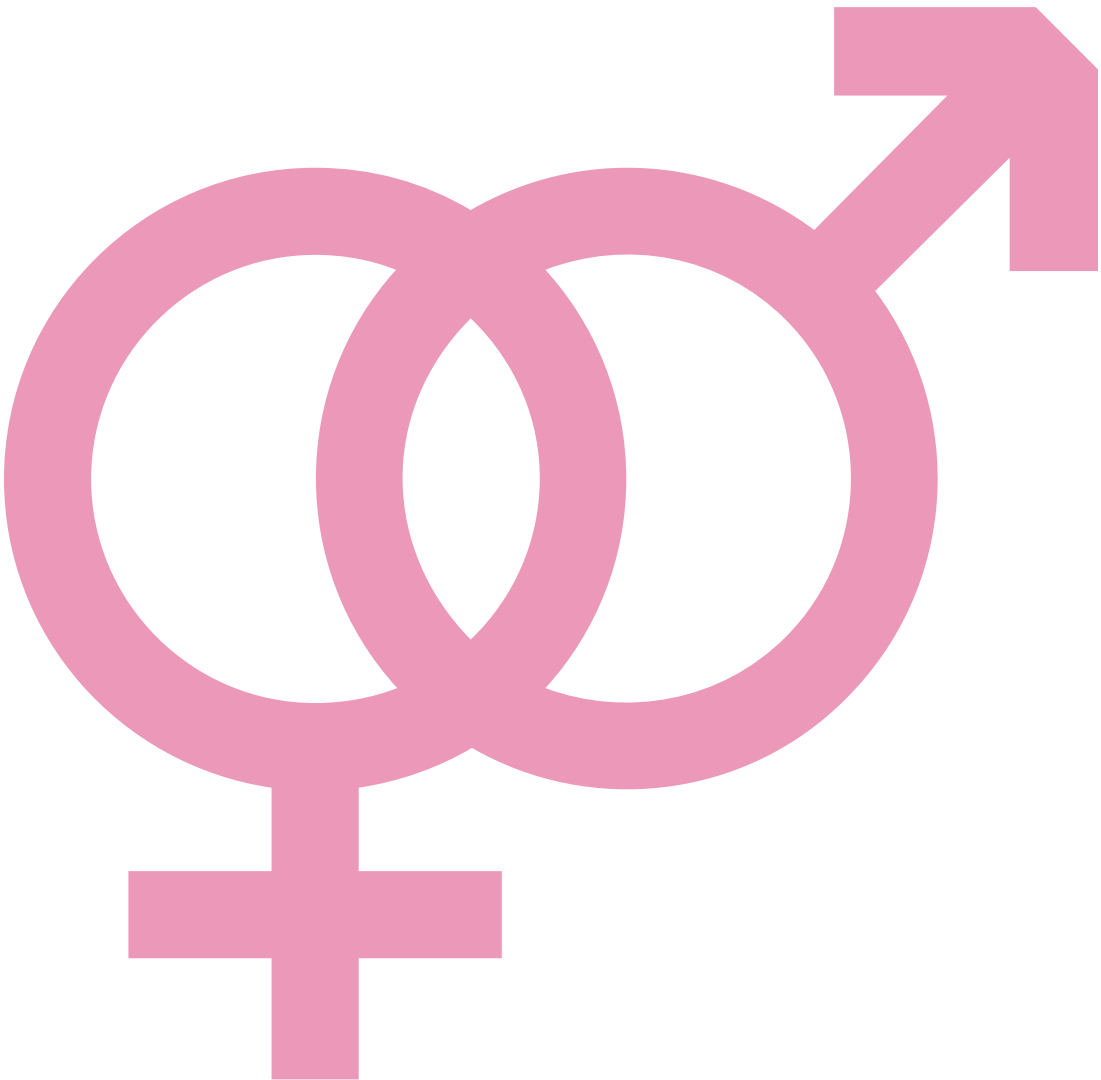
Éléments graphiques

Ainsi, les fleurs, le du symbole «peace» et celui de l'amour libre sont des éléments graphiques qui peuvent être utilisés dans les médias de communications graphiques. Vous pouvez vous fier aux éléments déjà produits en les utilisant dans les limites de l'harmonie et de l'esthétisme.


GRAND LANCEMENT: jeudi 1er mai
CHRD-énergie devient boom 105.3 fm !!!
boom 105.3 fm... Maintenant en ondes !!!
une radio unique pour les drummondvillois
Vous connaissez les paroles...

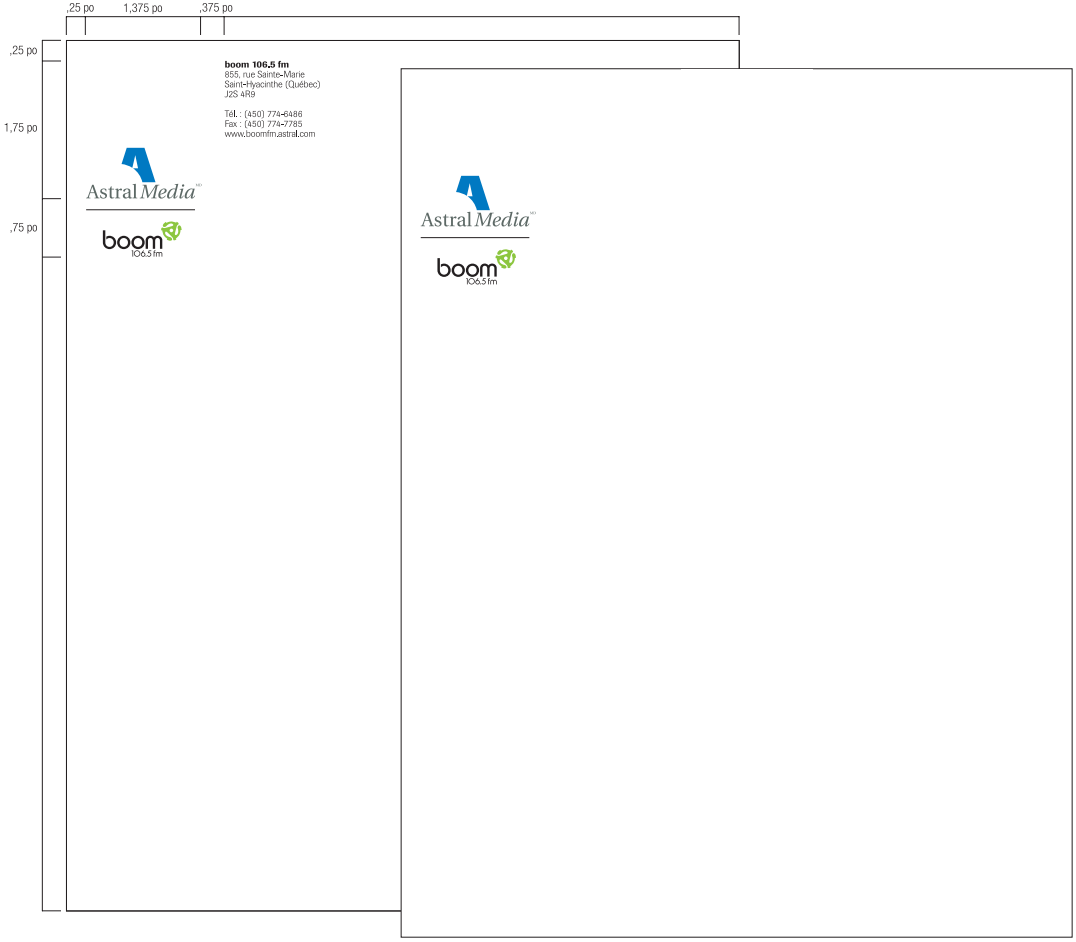
Notre papeterie d'usage courant est produite en français et pour toutes les entreprises à l'extérieur du Québec est produite en anglais. Dans le cas des entreprises possédant deux adresses, l'une au Québec et l'autre dans une autre province, des papeteries sont produites dans les deux langues.

Normes graphiques de papeterie inhérentes à Astral Media



Dans le bloc adresse, le nom de la raison sociale est en *Imago Berthold et* le reste du bloc adresse est en *Imago* léger. Il est calibré en 8,5 sur 9 pts. Le caractère typographique est en noir. L'exemple ci-dessous illustre un agencement harmonieux et homogène de disposition typographique. Tous les éléments de la papeterie d'usage courant doivent être imprimés sur le même papier blanc. Vous pouvez également utiliser une impression offset de bonne qualité. Lors de l'impression du logo d'Astral Media en quadrichromie, s'assurer qu'il correspond le plus possible au bleu PANTONE® 300 et au gris PANTONE® 445

Lettre et suite 8,5 x 11 pouce

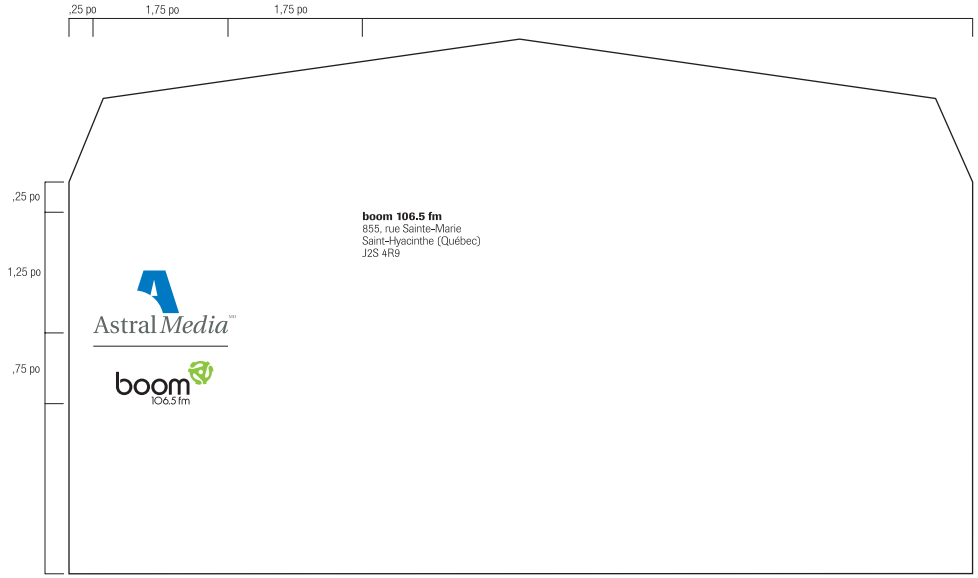


Pour la carte d'affaires, s'il faut ajouter une ligne au bloc adresse ou au bloc téléphone et toujours maintenir un espace d'une ligne entre deux blocs.

Carte d'affaires 3,5 x 2 pouce

Étiquette d'envoi 5 x 3,5 pouce

Enveloppe no. 10 4,25 x 9,5 pouce



Pochette 9 x 12 pouce (format fermé)

Dans le but de préserver une image de qualité, il est important d'apporter un soin particulier au choix et à la qualité des articles promotionnels. Ces derniers devraient être originaux, de bonne qualité et pertinents. Le logo doit y apparaître de façon discrète et esthétique.

Articles promotionnels

T-shirts Il existe 2 versions masculines du T-shirt ; une avec le symbole du «peace» et une autre avec les 3 signes. Il existe également 2 versions féminine ; une avec une fleur, et une autre avec les 3 signes.

Ballon Le logotype, la signature et d'autres éléments graphiques peuvent être utilisés pour les ballons.

Mobiles

Les mobiles sont des outils publicitaires à grande exposition, c'est pourquoi il faut, dans la mesure du possible, créer une visibilité maximale afin d'accentuer l'impact du réseau. Les exemples qui suivent illustrent une utilisation optimale du logotype de **boom fm**, d'Astral Media et des éléments graphiques. La couleur du mobile qui est fortement suggérée est le noir.

La tente, qui mesure 10 pieds X 10 pieds, est un outil publicitaire à grande exposition, c'est pourquoi il faut, dans la mesure du possible, créer une visibilité maximale afin d'accentuer l'impact du réseau. L'exemple qui suit illustre une utilisation optimale du logotype de **boom fm** et des éléments graphiques.

Tente

Normes graphiques préliminaires F07

PALMARES.ca

Astral Media®

APPLICATIONS COULEURS DU LOGO

- Comme la couleur joue un rôle important dans l'établissement d'une image de marque, il est capital de les respecter et de les utiliser de façon uniforme et homogène.

LE LOGO EN COULEURS

	PANTONE COATED	**143C**
	PANTONE UNCOATED	**143U**
	CMYK	**4 / 40 / 93 / 0**
	RGB	**240 / 167 / 25**
	PANTONE COATED	**420C**
	PANTONE UNCOATED	**420U**
	CMYK	**24 / 18 / 17 / 0**
	RGB	**204 / 204 / 204**
	PANTONE COATED	**PROCESS BLACK C**
	PANTONE UNCOATED	**PROCESS BLACK U**
	CMYK	**86 / 85 / 79 / 100**
	RGB	**0 / 0 / 0**

LE LOGO EN TRAMES DE GRIS

	PANTONE COATED	**PROCESS BLACK C**
	PANTONE UNCOATED	**PROCESS BLACK U**
	CMYK	**86 / 85 / 79 / 100**
	RGB	**0 / 0 / 0**
	PANTONE COATED	**422C**
	PANTONE UNCOATED	**422U**
	CMYK	**42 / 33 / 30 / 0**
	RGB	**165 / 165 / 165**
	PANTONE COATED	**COOL GRAY 2 C**
	PANTONE UNCOATED	**COOL GRAY 2 U**
	CMYK	**19 / 14 / 13 / 0**
	RGB	**215 / 215 / 215**

LES POLICES DE CARACTÈRE

- L'utilisation des caractères typographiques ci-dessous est obligatoire pour l'ensemble du système d'identité visuelle de Palmares.ca.
- Elles font partie intégrante du logo et doivent servir exclusivement à cette fin.

Aircheck JNL Regular • «Palmares»

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

Mistral Roman • «.ca»

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

Myriad Roman • «Une exclusivité»

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

PRÉCISIONS SUR LA MARQUE

PALMARES.CA EN TEXTE

- On écrit toujours Palmares.ca avec un P majuscule et sans accent grave sur le «e» : **Palmares.ca** et non palmarès.ca

- Palmares.ca ne doit jamais apparaître sans le «.ca» : **Palmares.ca** et non Palmares.

LES COMMUNIQUÉS DE PRESSE

- Tous les communiqués doivent être signés comme suit:

  Palmares.ca; Astral Media inc., l'une des plus grandes entreprises médias au Canada, exerce ses activités dans les secteurs de la télévision spécialisée, payante et à la carte, de la radio, de l'affichage extérieur et sur Internet. Sa présence solide et dynamique dans les grands marchés du pays repose sur sa volonté d'offrir une combinaison unique de médias de grande qualité adaptés à tous ses auditoires ciblés. Les actions d'Astral Media sont inscrites à la Bourse de Toronto sous les symboles ACM.A/ACM.B. Accédez au site Web d'Astral Media au www.astralmedia.com.

POLITIQUE D'ENREGISTREMENT DES MARQUES DE COMMERCE D'ASTRAL MEDIA RADIO INC.

Dans les marchés concurrentiels d'aujourd'hui, une marque qui est bien connue et qui inspire confiance est un des actifs les plus précieux d'une entreprise.

Ce document contient de l'information générale sur les marques. Il se veut avant tout un guide pratique à l'intention des employés concernant la protection et la gestion de nos marques de commerce.

QU'EST-CE QU'UNE MARQUE DE COMMERCE?

Une marque de commerce consiste en un mot ou groupe de mots, un symbole, un dessin, un slogan, une couleur ou une forme qui identifie les produits ou les services d'une entreprise et les distingue de ceux de ses concurrents.

Un nom commercial, ou nom d'emprunt, est un nom sous lequel une personne ou une entreprise identifie ses activités. Il peut également constituer une marque de commerce s'il est utilisé pour identifier des produits ou des services. Il est fréquent que le nom commercial corresponde au nom corporatif de l'entreprise ou serve à désigner une division (ex. : Astral Media Radio Interactif) ou une opération particulière (ex. : La vraie vie pour une émission de radio). Certains mots peuvent être utilisés à la fois comme marque de commerce (ex. : TATV) ou comme nom commercial (ex. : TATV, une division d'Astral Media Radio inc.), tout dépendant de la façon de les utiliser.

La Loi sur la publicité légale des entreprises individuelles, des sociétés et des personnes morales ne crée pas de droits quant à l'usage des noms d'emprunt, mais oblige les entreprises à les énumérer dans la déclaration d'immatriculation et les rapports annuels subséquents déposés au Registre des entreprises du Québec, au même titre que toutes les marques de commerce utilisées.

COMMENT PROTÈGE-T-ON UNE MARQUE DE COMMERCE?

Au Canada, une marque de commerce prend naissance par son emploi en liaison avec des produits ou des services, et ce, même si elle n'est pas enregistrée. Comme la protection d'une marque de commerce découle de son emploi, sa propriété revient à celui qui l'a employée en premier. La protection n'est cependant accordée que pour le territoire à l'intérieur duquel la marque est employée.

L'enregistrement d'une marque de commerce auprès du Registraire des marques de commerce du Canada accorde des droits additionnels à son titulaire, notamment le droit exclusif à l'emploi de la marque dans tout le Canada, en liaison avec les produits ou les services visés par l'enregistrement. Il confère également une priorité à compter de la date du dépôt si l'emploi envisagé est fait sur la base d'un usage ultérieur.

L'enregistrement est valide pour une période de 15 ans et il est renouvelable indéfiniment.

Le processus d'enregistrement d'une marque peut prendre de 12 à 18 mois à partir de la date du dépôt de la demande. L'enregistrement d'une marque non contestée coûte entre 2 000 $ et 3 000 $ en honoraires d'agents de marque et en frais gouvernementaux.

Le propriétaire d'une marque de commerce doit veiller en tout temps à préserver son caractère distinctif. Ainsi, toute violation de la marque doit être vigoureusement contestée, car l'usage non autorisé d'une marque en diminue le caractère distinctif et peut causer son invalidité.

Un enregistrement peut être radié si la marque n'a pas été employée 3 ans après son enregistrement. Il est donc important de conserver des preuves d'usage comportant une date pour se défendre contre une telle attaque.

QUE FAIRE AVANT D'ENREGISTRER UNE MARQUE DE COMMERCE?

Selon la Loi sur les marques de commerce, une marque ne peut être enregistrée si elle est clairement descriptive des marchandises ou services en liaison avec lesquels elle est employée. Pour obtenir une étendue de protection plus large, il est recommandé de choisir une marque distinctive en créant un mot inventé qui ne prête pas à confusion avec la marque d'un tiers. Les noms les plus difficiles à enregistrer et à protéger sont ceux qui décrivent le produit ou le service.

Avant de déposer une demande d'enregistrement, il peut être nécessaire de vérifier la disponibilité de la marque en effectuant une recherche qui couvrira, notamment, le registre des marques de commerce, les registres des dénominations sociales et des noms commerciaux, les noms de domaine et d'autres sources d'information permettant de déceler l'existence de droits prioritaires.

EN RADIO, QUAND DOIT-ON ENREGISTRER UNE MARQUE?

Notre pratique courante est d'enregistrer les marques en rapport avec des produits et services importants pour l'entreprise qui seront utilisés ou mis en marché sous ce nom pendant plusieurs années, soit :

- les logos (ex. : RockDétente, Énergie, Boom)
- les signatures de marques (ex. : Monte le son)

Pour les noms d'émissions, nous recommandons d'attendre un an afin d'être en mesure d'évaluer la performance de l'émission avant de décider s'il est pertinent d'enregistrer une marque de commerce.

Sauf exception, les campagnes publicitaires (ex. : La plus belle variété musicale) ne seront pas enregistrées comme marques compte tenu de leur caractère éphémère.

Tous les noms pour lesquels il aura été décidé de ne pas enregistrer de marque de commerce seront enregistrés comme nom commercial au Registre des entreprises.

Afin de s'assurer du respect de cette politique, toutes les demandes d'enregistrement de marques de commerce devront être soumises à EVELYNE OUELLET, directrice générale communication-marketing pour évaluation et approbation.

COMMENT EMPLOYER CORRECTEMENT UNE MARQUE?

Pour être protégée, une marque de commerce doit être utilisée. En ce qui concerne les produits, la marque doit être apposée sur le produit lui-même ou sur son emballage. Quant aux services, la marque doit être utilisée lors de la fourniture du service, (ex. : sur la facture).

Une marque de commerce est un adjectif et ne doit jamais être employée comme nom propre (ex. : un format RockDétente), sinon elle peut devenir générique et ne plus nous distinguer comme source de nos marchandises ou services. Si une marque n'est pas employée telle qu'enregistrée, elle est susceptible de faire l'objet d'une requête en radiation.

Même si la loi ne l'oblige pas, les marques de commerce devraient être accompagnées des symboles suivants :

® / MD pour une marque enregistrée
TM / MC pour une marque non enregistrée

Astral Media **Manuel de l’identité visuelle**

Astral*Media*®

SOMMAIRE

Le logotype

2 Le logotype de l'entreprise
3 Versions officielles (verticale/horizontale)
4 Versions officielles (positive/renversée)
5 Les couleurs officielles
6 Les couleurs officielles (utilisation exceptionnelle)
7 Typographie
8 L'espace de protection du logo
9 Utilisation incorrecte du logo
10 Le logotype sur fonds de couleur
11 Le logotype sur fonds photographiques

Architecture de l'entreprise

13 Structure de l'entreprise
14 Niveaux de participation à la propriété
16 Signature d'appartenance (télé)
17 Signature d'appartenance (radio)
18 Signature d'appartenance (autres)
19 Composition du bandeau
21 Position du bandeau
22 Propriété ou participation majoritaire (papeterie)
23 Copropriété

Notre logo traduit notre position de chef de file dans le domaine des médias au Canada. La lettre « A » représente notre force et notre assurance. L'ouverture à la base de la lettre évoque un cercle — le globe — lequel englobe le nom Astral, la bannière sous laquelle toutes les divisions de l'entreprise sont regroupées. Le mot Media, écrit dans un caractère en italique, évoque la détermination et le mouvement vers l'avant. Ainsi notre identité visuelle exprime graphiquement que nous allons de l'avant avec nos projets dans nos différentes sphères d'activité : télévision, radio, affichage extérieur et affaires électroniques.

Le logo existe en deux versions officielles. Le choix de l'une ou l'autre varie selon le contexte. La version verticale constitue la version standard : c'est celle qu'il faut utiliser aussi souvent que possible. Dans les situations où la lettre peut être mise plus en évidence (dans les couvertures imprimées par exemple ou dans certaines publicités), on peut lui préférer la version horizontale.

Version verticale

Version horizontale

Le logo peut être utilisé dans l'une ou l'autre de ses deux versions officielles, soit en deux couleurs ou en noir et blanc, toutes deux existant en version positive et renversée. Les versions positives et renversées sont représentées ci-dessous. La version positive requiert un fond blanc ou clair. Si le logo doit apparaître sur un fond plus sombre ou même noir, il faut alors recourir à sa version renversée. Des ajustements optiques ont été apportés à la version renversée de façon à ce qu'elle corresponde à la version positive. Vous trouverez des directives sur les modalités d'application de ces versions sur différents fonds plus loin dans la présente section. N'hésitez pas à vous y référer au besoin.

Version couleur positive

Version couleur renversée

Version monochrome positive

Version monochrome renversée

La couleur joue un rôle important dans l'établissement d'une image de marque. L'utilisation uniforme et homogène de la couleur constitue un élément clé du système d'identité visuelle. Nos couleurs officielles proviennent du système Pantone® (PMS, Pantone® Reference System). Elles doivent être spécifiées chaque fois qu'il faut procéder à l'impression offset de matériel graphique. Quel que soit le choix du papier, les références Pantone demeurent les mêmes. En quadrichromie, il est important d'utiliser la formule appropriée afin de respecter le mieux possible le bleu Pantone 300 et le gris Pantone 445. Pour les autres procédés d'impression (sérigraphie, flexographie ou matériel avec rétroéclairage), veuillez consulter un spécialiste. Les formules de couleurs équivalentes pour l'impression en quadrichromie et l'utilisation correspondante RVB pour les médias électroniques apparaissent ci-dessous.

Les deux couleurs officielles du logo sont le bleu Pantone 300 pour la lettre A et le gris Pantone 445 pour la raison sociale.

Pantone : Bleu 300
CMYK : 100 / 43 / 0 / 0
RVB : 0 / 79 / 179

Pantone : Gris 445
CMYK : 15 / 0 / 11.5 / 69
RVB : 69 / 77 / 82

Pantone : Bleu 300
CMYK : 100 / 43 / 0 / 0
RVB : 0 / 79 / 179

Pantone : Gris 445
CMYK : 15 / 0 / 11.5 / 69
RVB : 69 / 77 / 82

Dans certains cas particuliers, comme la signalisation ou les applications de prestige, le logo peut être imprimé en argent Pantone 877, gravé sur aluminium, acier inoxydable ou verre. Pour les applications de prestige, vous pouvez également recourir à l'estampage à chaud argent et à l'embossage à chaud.

Veuillez soumettre les esquisses pour les applications ci-dessus au service des communications.

Pantone : Argent 877

Pantone : Argent 877

L'utilisation des caractères typographiques ci-dessous est obligatoire pour l'ensemble du système d'identité visuelle d'Astral Media. Ces caractères font partie intégrante du logo et leur utilisation pour les titres et les textes s'harmonisent avec l'identité visuelle. Le typographie principale utilisée dans le logo est l'Utopia régulier et italique. Lorsqu'un caractère sans sérif est nécessaire, on doit utiliser le Berthold Imago. C'est la typographie secondaire officielle employée pour les blocs adresse de l'ensemble du système. Ce caractère peut aussi être employé pour les titres ou les sous-titres dans différentes situations. La combinaison de ces deux familles typographiques permet d'obtenir une identité visuelle équilibrée et standardisée. D'autres caractères typographiques peuvent également être utilisés, mais il faut, dans ce cas, faire preuve de discernement afin qu'ils s'harmonisent bien à l'ensemble.

Caractère typographique principal
Utopia régulier

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

Caractère typographique principal
Utopia italique

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

Caractère typographique secondaire
Imago léger

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

Caractère typographique secondaire
Imago médium

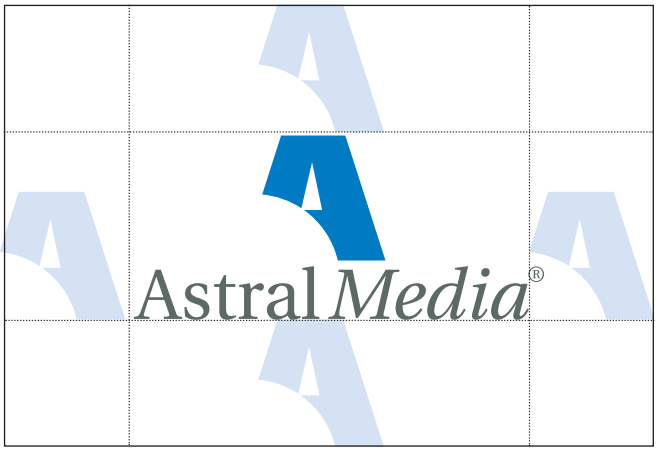
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

Caractère typographique secondaire
Imago extra bold

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

Pour que les deux versions du logo ressortent le plus clairement possible, il faut laisser un espace libre tout autour. Cet espace minimum requis, tel qu'illustré ci-dessous, est équivalent à la hauteur et à la largeur de la lettre A. Il est particulièrement important lorsque le logo se trouve aligné avec d'autres logos ou qu'il côtoie d'autres éléments typographiques, des photos ou des illustrations. Ces éléments ne doivent jamais empiéter sur l'espace de protection du logo. Il existe un autre espace de protection minimum pour les cas où le logo apparaît dans un bandeau (voir pages 19 et 20).

Version verticale

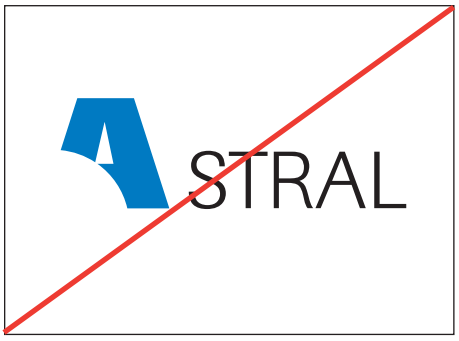


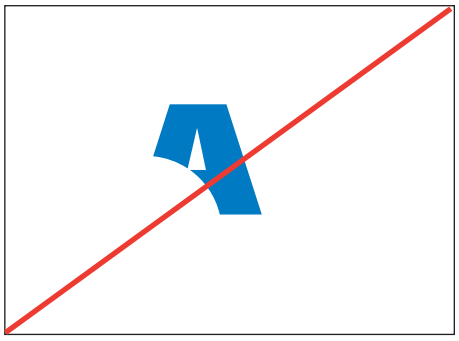
Version horizontale

Les exemples suivants illustrent des utilisations incorrectes du logo. Toute modification de la forme de la lettre A, des caractères typographiques et des couleurs officielles est interdite. La lettre A et la typographie Astral Media sont indissociables. Le design original du logo doit être maintenu en tout temps. Toutefois, dans certains cas (ex : séquences d'animation) le logo peut être adapté au contexte. Toute modification pouvant être apportée au logo (ex: environnement virtuel ou exécution tridimensionnelle) doit être modérée et respecter la nature du logo.

Mauvaise utilisation du logo

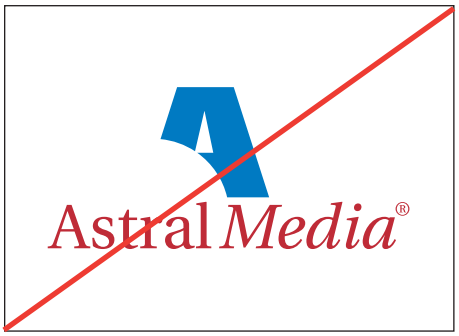
Ne jamais utiliser la lettre comme lettrine, dans un jeu de mots ou comme élément de titre ou de signature. Le logo ne doit jamais être décomposé.

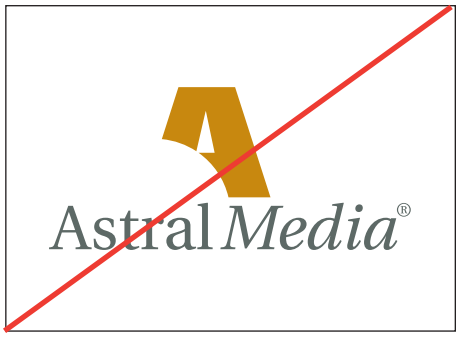




Mauvaises couleurs

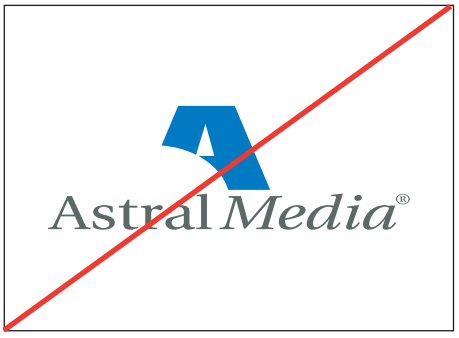
Les couleurs du logo sont Pantone 300 et 445.

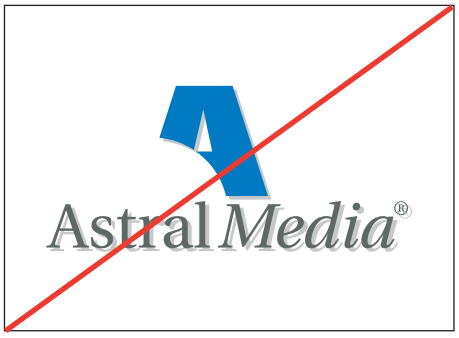




Distortion inacceptable

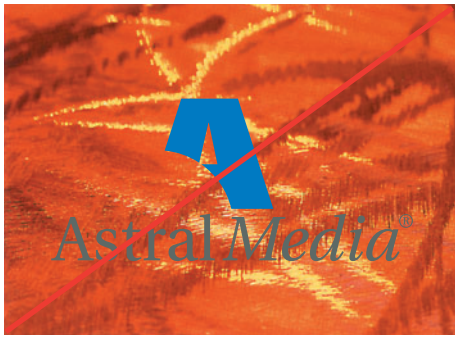
Le logo ne doit jamais être étiré ou comprimé. Ne jamais ajouter d'ombres projetées ou de halos.

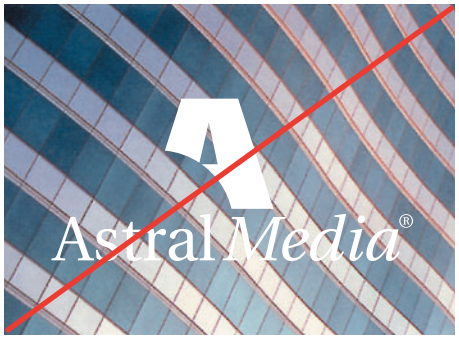




Mauvaise reproduction sur des fonds trop complexes

Ne jamais utiliser le logo sur des fonds dont les couleurs ou la texture rendent le logo illisible.



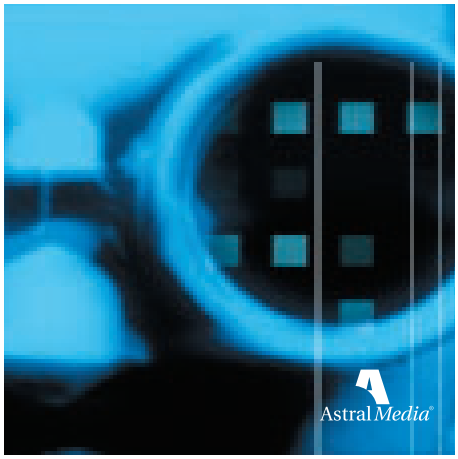


L'objectif principal de la nouvelle identité visuelle d'Astral Media est de présenter le logo de façon à ce qu'il soit instantanément reconnaissable. Inévitablement, le logo apparaîtra sur toutes sortes de fonds de couleur. Les exemples ci-dessous ne constituent qu'une illustration du principe d'application de base; la palette de couleurs ne saurait être aussi restreinte. Certains fonds de couleurs sont incompatibles avec la version bicolore. En pareils cas, il vaut mieux employer la version noir et blanc. Il faut faire preuve de discernement dans le choix de la version du logo de façon à assurer sa lisibilité et une combinaison de couleurs harmonieuse.

Le logo ne peut apparaître sur une photo que si aucun élément de celle-ci ne gêne sa lisibilité. Pour assurer cette lisibilité, le contraste doit toujours être suffisant. La photo doit toujours être libre d'éléments ou de détails graphiquement compliqués à l'endroit où apparaît le logo. Pour obtenir un résultat optimal et un meilleur contraste, certaines portions de la photo peuvent être pâlies ou foncées.

S'assurer que le logo — quelle que soit la version en quadrichromie choisie — se détache bien.

Lorsque le logo doit apparaître sur une photo complexe ou colorée, choisir de préférence l'une des deux versions monochromes.



Architecture de l’entreprise

13 Structure de l’entreprise
14 Niveaux de participation à la propriété
16 Signature d’appartenance (télé)
17 Signature d’appartenance (radio)
18 Signature d’appartenance (autres)
19 Composition du bandeau
21 Position du bandeau
22 Propriété ou participation majoritaire (papeterie)
23 Copropriété

Il existe divers niveaux de participation à la propriété dans l'organigramme d'Astral Media, chacun nécessitant un système d'application différent pour le logo de la Société. Sur la page suivante, vous trouverez un tableau illustrant les différents niveaux de participation à la propriété de ses unités d'affaires.

Les entreprises dont nous sommes entièrement propriétaires, sont désignées dans ce manuel par le nom de **propriétés**. Les entreprises dont nous sommes copropriétaires de façon majoritaire sont désignées dans ce manuel comme **participations majoritaires**. Les entreprises dont nous sommes copropriétaires de façon minoritaire sont désignées dans ce manuel comme **participations minoritaires**. Les entreprises dont nous sommes copropriétaires de façon partagée (50/50) sont désignées dans ce manuel comme **copropriétés**. Pour chaque cas, il existe une approche différente correspondante.

Les pages suivantes énoncent les directives relatives à l'utilisation du logo d'Astral Media dans les cas des **propriétés**, des **participations majoritaires**, des **participations minoritaires** et des **copropriétés**. Veuillez vous conformer à ces directives.

Le tableau ci-dessous permet de bien saisir la hiérarchie de toutes les unités d'affaires faisant partie d'Astral Media et leur niveau sur le plan de la participation. Veuillez vous y référer au besoin ou communiquer avec le service des communications d'Astral Media.

ENTREPRISES	NIVEAU DE PARTICIPATION	UNITÉS D'AFFAIRES	LOGOS
Astral Media			
Astral Télé Réseaux	Propriété	The Movie Network	
	Propriété	Super Écran	
	Propriété	Family	
	Participation majoritaire	MPix	
	Participation majoritaire	Viewer's Choice	
	Participation minoritaire	Canal Indigo	
	Participation minoritaire	TÉLÉTOON	
Les Chaînes Télé Astral	Propriété	VRAK.TV	
	Propriété	Canal D	
	Propriété	Z	
	Propriété	Canal Vie	
	Copropriété	Séries+	
	Copropriété	Historia	
	Copropriété	MusiquePlus	
	Copropriété	MusiMax	
	Copropriété	TVMAX PLUS	

Astral Media Radio	**Propriété**	**Astral Media Radio**	
	Propriété	**Énergie**	
	Propriété	**RockDétente**	
	Propriété	**boom fm**	
	Propriété	**CIKX 93.5**	
	Propriété	**CKTY 99.5**	
	Propriété	**CKTO 100.9**	
	Propriété	**CJCJ 104.1**	
	Propriété	**CFXY 105.3**	
	Propriété	**CIBX 106.9**	
	Propriété	**CKHJ 1260**	
	Propriété	**CKBC 1360**	
	Propriété	**TA.TV**	
Astral Media Plus	**Propriété**	**Astral Media Plus**	
	Propriété	**Astral Media TVPlus**	
	Propriété	**Astral Media Mix**	
Astral Media Affichage	**Propriété**	**Astral Media Affichage**	
Artech Digital Entertainments	**Participation majoritaire**	**Artech**	

Dans les cas où Astral Media est entièrement propriétaire d'une chaîne télé ou y détient une participation majoritaire, un système de bandeau a été conçu pour le positionnement du logo et de la signature d'appartenance « **Une chaîne Astral Media** ». Cette signature devra accompagner le logo d'Astral Media dans toutes les pièces de communication des chaînes sauf sur les panneaux d'affichage extérieur. Les principes de composition du bandeau sont clairement expliqués dans les pages suivantes. La signature d'appartenance reste au singulier même lorsque la pièce de communication comporte plusieurs logos.

Bandeau noir

Bandeau blanc

Dans les cas où Astral Media est entièrement propriétaire d'une station de radio ou y détient une participation majoritaire, un système de bandeau a été conçu pour le positionnement du logo et de la signature d'appartenance « **Une radio Astral Media** ». Cette signature devra accompagner le logo d'Astral Media dans toutes les pièces de communication des radios sauf sur les panneaux d'affichage extérieur. Les principes de composition du bandeau sont clairement expliqués dans les pages suivantes. La signature d'appartenance reste au singulier même lorsque la pièce de communication comporte plusieurs logos.

Bandeau noir

Bandeau blanc

Dans les cas d'Astral Media Mix, Astral Media Affichage, Astral Media TVPlus, Astral Media Radio et Astral Media Plus, l'utilisation du bandeau est abandonnée puisque le logo de ces unités d'affaires comprend le logo d'Astral Media.

Le logo et la signature d'appartenance sont placés dans un bandeau au bas du document ou de l'annonce imprimée. Le directeur artistique peut choisir entre le noir ou le blanc. Seule la version horizontale du logo peut être utilisée et celle-ci doit être placée à l'extrême droite. Le logo doit occuper 20 % de la largeur totale des documents. La hauteur du bandeau est déterminée par la hauteur de la lettre majuscule « A » du logo Astral Media. Dans certains cas exceptionnels comme celui des bandeaux journal, la règle du 20 % ne peut être appliquée adéquatement. Pour ces formats **seulement,** le pourcentage utilisé pour la composition du bandeau peut être réduit à 15 % ou 10 %. La règle du 20 % reste en vigueur pour la majorité des pièces. En cas de doute, communiquez avec le service des communications.

La règle du 20 %
(dérivée à partir de la largeur totale du document)

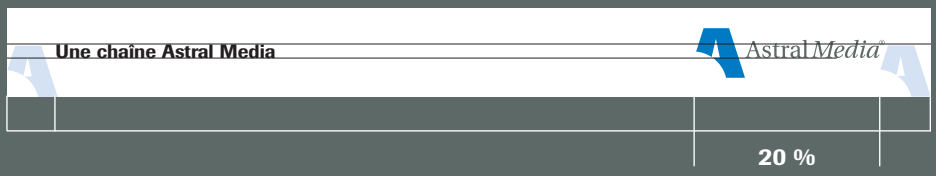
La hauteur du bandeau

La largeur minimale du document est de 4 po.
(pour tous les formats inférieurs, la signature d'appartenance doit être abandonnée)

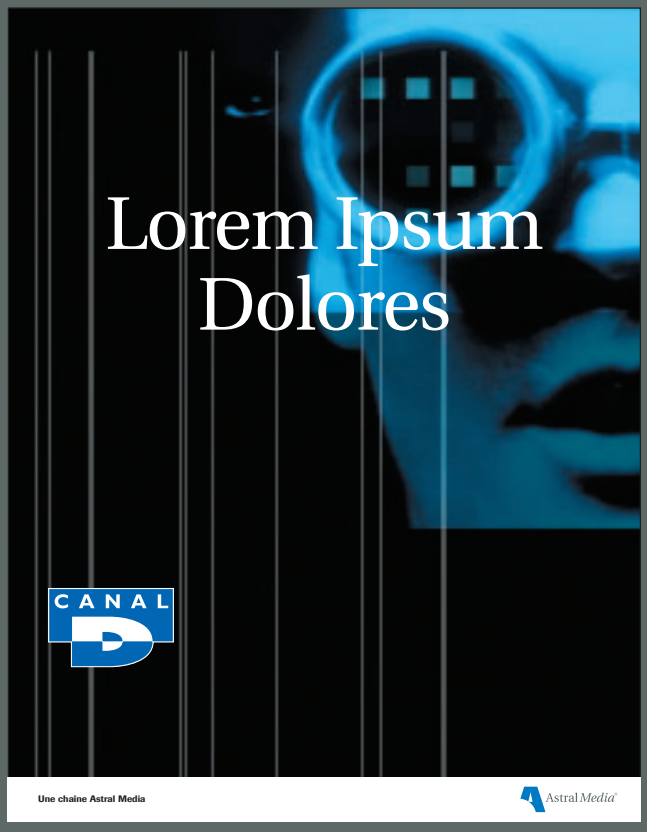
La largeur de la marque «A» détermine les marges à droite et à gauche. La signature d'appartenance **« Une chaîne Astral Media »** doit être typographiée avec les caractères Berthold Imago Medium en utilisant les majuscules et les minuscules. La grosseur de la signature est déterminée par la hauteur de la portion typographique du logo Astral Media (voir ci-dessous). La signature est toujours placée à l'extrême gauche du bandeau, le logo Astral Media toujours à droite. La base de la signature s'aligne toujours sur la base de la typographie du logo Astral Media.

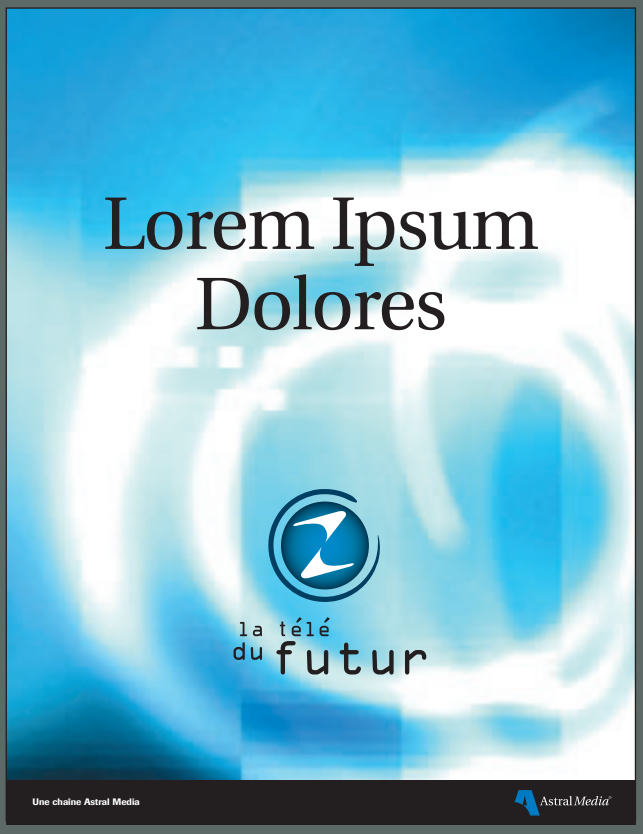
Les marges

La grosseur de la signature



Le bandeau doit occuper toute la largeur de la pièce imprimée. Il est toujours placé au bas. Choisir la version noire ou blanche du bandeau selon celle qui offre le meilleur contraste avec le reste de la surface imprimée. Aucun élément graphique étranger ne doit figurer dans ce bandeau.





Dans la papeterie, les logos sont placés en enfilade et séparés par un filet. Vous trouverez dans ce manuel des gabarits électroniques pour toutes les pièces de papeterie de toutes les entreprises de la Société. Ces logos sont calibrés et alignés optiquement. Ils ne doivent être retouchés sous aucun prétexte. Employez toujours les gabarits électroniques que vous trouverez dans le CD-ROM ci-joint.

Dans les cas d'Astral Media Mix, d'Astral Media Affichage, Astral Media TVPlus, Astral Media Radio et Astral Media Plus, seul le logo Astral Media sera présent sur la papeterie. Le nom de l'unité d'affaires apparaîtra dans la portion texte de la papeterie.

Dans le cas des unités d'affaires en copropriété, le logo Astral apparaît côte à côte avec celui du partenaire. Tous deux sont séparés par un filet. Une mention légale est ajoutée pour établir clairement la relation entre les deux. Vous trouverez des gabarits électroniques de ces cosignatures sur le CD-ROM ci-joint. Vous pouvez les agrandir ou les réduire au besoin, mais sans les modifier. Leurs dimensions et leur positionnement ont été soigneusement établis optiquement de façon à assurer une homogénéité optimale du système. Les logos peuvent y figurer dans leurs versions positives (noir et blanc ou couleur), sur des fonds clairs, ou dans leur versions renversées, sur des fonds foncés. Ne jamais reproduire ces cosignatures plus petites qu'elles n'apparaissent ci-dessous.

Propriétaires conjoints (imprimé)

Propriétaires conjoints (imprimé)

Propriétaires conjoints (papeterie)